Cartea a apărut cu sprijinul Ministerului Culturii şi Cultelor.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
RACHIERU, ADRIAN DINU
Globalizare şi cultură media / Adrian-Dinu Rachieru - Iaşi: Institutul European, 2003
Bibliogr.
ISBN 973-611-261-6

008

Potrivit Legii nr. 8 /1996, a dreptului de autor, reproducerea (parţială sau totală) a prezentei cărţi fără acordul Editurii constituie infracţiune şi se pedepseşte în conformitate cu aceasta.

© Institutul European Iaşi

Adrian Dinu Rachieru

353840

GLOBALIZARE ŞI CULTURĂ MEDIA

ACU

363673
B.C.U. IASI

INSTITUTUL EUROPEAN
2003

CUPRINS

ARGUMENT. „Evul Media" și Cultura media / 6
CE ESTE CULTURA MEDIA? / 12
COMUNICARE ȘI MANIPULARE ÎN SOCIETATEA MEDIATICĂ / 29
LIMBAJUL DE LEMN ȘI DISCURSUL MEDIATIC / 47
CULTURĂ ȘI „IRADIERE" IDEOLOGICĂ / 65
„MCWORLD" ȘI ALERTA IDENTITARĂ / 78
POSTMODERNISM ȘI POSTMODERNITATE / 88
GLOBALIZARE ȘI NEO-TRIBALISM / 110
SINUCIDEREA AMERICII? / 122
CULTURA MEDIA — O SUBCULTURĂ? (Câteva întrebări) / 136

22. MAR. 2004

ARGUMENT
„EVUL MEDIA" ŞI CULTURA MEDIA

„Devenim ceea ce percepem"
(M. McLuhan)

Sub pecetea epocii pe care o traversăm, confuză şi crizistă, generând avalanşa angoaselor postmodernităţii, *„hibridizarea culturală a omului global"*, cum scria Z. Bauman (1, p. 106) nu ni se pare o falsă alarmă în contextul proliferării haotice a *comunicării mediate*. Mai ales că noi purtăm o *dublă ereditate*, codul cultural fiind, observa cândva E. Morin (2, p. 181) echivalentul sociologic al codului genetic. Şi dacă influenţa asupra „stocului ereditar" nu poate fi tăgăduită, e indiscutabil că substituţia nici nu poate fi gândită, chiar mărşăluind spre o unică civilizaţie (*world culture*). În pofida uriaşei audienţe, a bombardamentului informaţional sufocând Planeta, mijloacele de comunicare în masă „fabrică", s-a zis, *non-comunicare*: feed-back-ul e anemic, interacţiunea comunicativă slăbeşte pe măsură ce ne instalăm, deloc confortabil, în Evul Media (3). Fenomenul mediatic, deschizând accesul „la lume", transformă realitatea în „fenomen discursiv", fabulatoriu, scenarizat, spectacularizat. Evident, nimeni nu ar putea nega rolul media în fortificarea modernităţii, devenind acum, în lumea simultaneităţii, mediu de existenţă (mod de viaţă), modelând organizarea socială şi confiscând, hedonistic, cotidianul, punând în joc exersatele tactici ale seducţiei. Şi, în acelaşi timp, observând că suprainformarea coexistă cu dezinformarea, că rezistă întinse zone de „subdezvoltare comunicaţională" prin distribuţia inegală a puterii şi a

resurselor, că, în fine, difuzarea, chiar planetară fiind (prin globalizarea pieţelor) ascultă orbeşte, odată cu creşterea presiunii competiţionale, de logica vitezei şi a profitului. Intră, aşadar, în cursa frenetică a consumului, bucurându-se de o largă penetranţă şi adresabilitate. Devenind însă comercială, epidermică şi „culinaristică", propunând — pe suportul *high-tech* — un şuvoi de modele şi imagini-ghid, sfârşind prin a infantiliza publicul, îndobitocit prin *soap-operas* şi publicitate stupidă. Şi dacă Terry Eagleton visa la o improbabilă cruciadă morală, J. Baudrillard nu ezita să observe că, „fantasmatică" azi, comunicarea este „victima unui exces de comunicare". Dar cultura comercială îl îngrijora pe Leavis încă în anii '30, dând tonul preocupărilor de *Cultural Studies* prin grupul din jurul revistei *Scrutiny*. Din păcate, globalizarea mediatică, plonjând în simultaneism nu înseamnă şi restituirea / receptarea unei „societăţi comunicative": animalul media („omul terminal") este o „maşină de privit", captiv al culturii media, de rang mediu şi de extensie planetară. Televizorul este medium-ul predilect într-un univers „dilatat". S-ar părea că C. W. Mills nu s-a înşelat când anunţa, cumva profetic: „istoria care îl afectează în prezent pe fiecare om este istoria mondială". Şi dacă sub trend-ul mondializării difuzarea este, inevitabil, supranaţională (civilizaţia fiind, astfel, o expansiune exterioară a culturii), comunicarea globală ne face părtaşi la un insidios neocolonialism cultural (Michel de Certeau), sincronizarea însemnând, îndeosebi, un cosmopolitism ieftin, păgubos, culturalicește alienant (4, p. 141).

Se poate însă vorbi de o cultură globală? Există, neîndoielnic, evenimente mediatice cu impact emoţional la scara Planetei, există un capital nomad şi trusturi transnaţionale erodând rolul statelor-naţiune (cazul grupului Time-Warner, de pildă, care se vrea o „entitate planetară"), circulă în lume elite „infidele", afişând — vorba lui Jonathan Friedman — o „identitate cosmopolită", ne mişcăm într-o „junglă fabricată" (A. Giddens) şi ne ameninţă, pe fundalul

relativismului dizolvant al postmodernismului, păcatul greu al uniformizării și al insecurității. Globalizarea marginalizează 2/3 din populația lumii și civilizația noastră, departe de a fi „un tot", pare frisonată de întrebări neliniștitoare. Cine gestionează procesul și care sunt costurile globalizării? N-a scăpat oare el de sub control sub presiunea „forțelor anonime" (G.H. von Wright) instaurând — ca să preluăm sintagma lui Kenneth Jowitt — *noua dezordine mondială*? Incertitudinile de azi, în acumulare galopantă intră în conflict cu globalismul visător, favorizând tocmai tranzienta (A. Toffler), dezinserția, dezorientarea; adică dizolvarea lumii reale sub promisiunea „transparentizării" într-un univers fantasmatic. O lume parcelată și excitată, așadar, care stimulează iresponsabil reflexul consumerist. Societatea de consum își seduce clienții și inventează exponențial trebuințe; cultura însăși devine o *cultură de piață*.

Iată câteva premise anxioase de la care pornind angajăm o discuție inevitabil polemică. Ea se vrea critică în contextul „neo-analfabetismului TV", fără pretenția (hilară, dealminteri) de a propune propoziții definitive, de neclintit. Știm prea bine, pe urmele lui Braudel, că timpul scurt este „cea mai înșelătoare dintre durate". Iar epoca noastră, incapabilă de a-și gestiona crizele, înaintând orbește în viitor se confruntă dramatic cu ceea ce s-a numit „guvernanța problemelor globale". Globalismul civilizației și varietatea culturilor, rămânând „marea sursă a identității" (5, p. 14) suportă relația tensională, divergentă dintre mondializare și localizare (atomizare). O nouă autarhie este, cert, imposibilă, omenirea „spărgându-se", totuși, în grupuri și regiuni (5, p. 13), departe de a-și defini obiectivele și de a-și câștiga coerența unei strategii pe termen lung, oferindu-i identitate și sens. Într-o epocă fluidă singurul sens globalizant pare a fi *uniformizarea consumului*. „Prinsă" în năvodul rețelelor informatice, tehnice, financiare și comunicaționale, omenirea a conștientizat *puterea media*. Or, producția de mesaje a devenit o adevărată industrie culturală. Să aibă ea doar un

rol narcotizant, înțelegând că ceea ce ni se oferă sub eticheta de cultură de masă (pentru mase) funcționează ca sistem propriu, nu doar cumulând efectele nijloacelor de informare? Oricum, dacă media au remodelat societatea și sensibilitatea generațiilor transformând comunicarea într-un „fenomen de civilizație totală", și celelalte media se redefinesc brutal în raport cu TV. Fiindcă dictatura audio-vizualului în societatea mediatică, locuind în păienjenișul multimedial este o evidență, sfidând diatribele antitehnologiste: saltul de la logocentrism la imagocentrism înseamnă accesul la un limbaj universal, placat, e drept, pe fundamentalismul pieței. Leo Bogart, încă în 1956 (v. *The age of television*) avertiza că expansiunea TV (teletropismul) înseamnă și invazia culturii „de mijloc". Microbul TV generalizează „sindromul de duminică" (G. Friedman) și ne invită în societatea „de spectacol" (Guy Debord). Or, spectacolul mediatic, sub aparența omogenizării ne condamnă la sedentarizare. Și, să nu uităm, TV (văzut de unii ca drog) este un mass-medium prin excelență non-selectiv (Noelle-Neumann). Iar mass-media trebuie înțelese ca „mediatori universali" (Edgar Morin, 1962), „prescriind" lumea de azi.

Dacă Marshall McLuhan, nume la modă cândva, printr-un „celebru aforism"[1] (cf. Francis Balle) a răsturnat metaforic perspectiva și a impus, șocant, paradigma tehnologică (obligând la regândirea problematicii media), reabilitarea lui (fără a subscrie la etapizarea propusă, mărșând pe ipoteza — dubioasă — a omogenității epocilor) rămâne o sarcină nerezolvată. El trebuie „luat în serios" (Elizu Katz). Paul Levinson a încercat să fixeze locul influentului teoretician în „era digitală", notând că afirmația care a făcut carieră a fost, din păcate, „deformată de toată lumea" (6, p. 15). E drept, cel considerat de Tom Volfe (1965) „unul dintre marii gânditori ai umanității" a fost aprig controversat

[1] „Medium-ul este mesajul", într-un obscur raport (1960), trecând imediat ca titlu proeminent al primului capitol din *Understanding media* (1964).

B.C.U. „M. EMINESCU" IAȘI

şi mai puţin citit; prin analogiile sale provocatoare, metaforele începetoşate şi dezordinea demonstraţiei, întreţinând un „flux de ambiguităţi" (E. Morin) a stârnit numeroase reacţii critice. Or, McLuhan nu vroia să explice ci „să exploreze", cum s-a justificat repetat (6, p. 36); dar aici persistă o neînţelegere, preluată inerţial şi perpetuată vinovat. Nu se punea problema de a ignora substanţa (conţinutul) odată cu trecerea de la „spaţiul acustic" la „spaţiul vizual" ci de a apăsa asupra impactului (ciclului de viaţă) unui nou mijloc în procesul comunicaţional, apt de a reconfigura Istoria remodelând societatea. McLuhan vorbea de „trei ere comunicaţionale", predominanţa unui medium fiind, se ştie, criteriul periodizant (era tribal-orală, cea tipografică şi cea a circuitului electronic). Nu e aici locul de a-i discuta opera şi de a stărui asupra uriaşei sale influenţe după cum, reparatoriu, ar trebui redescoperiţi „strămoşii" săi ideatici (uitatul Harold Innis, în primul rând). Cert e însă că limbajele noilor media provoacă, direct şi indirect, un cumul de efecte schimbând sensibilitatea umană; implicit, modul nostru de a percepe şi de a asimila lumea câtă vreme L. Mumford era de părere că schimbarea raportului dintre simţuri provoacă o *revoluţie culturală*.

Dar lumea de azi, considerată de un Samuel T. Huntington ca pluricivilizaţională, ascunzând falii culturale şi inevitabile conflicte în scenariile noului secol se îndreaptă, totuşi, spre o civilizaţie globalizantă. „Civilizaţia e universală", spunea demult Paul Ricoeur (v. *Civilisation universelle et cultures*, ed. du Seil, 1955) şi, probabil, niciodată mai acut ca în zilele noastre omenirea n-a avut senzaţia de „întreg", de corp unic. Este limpede că această cultură media se dovedeşte un eficient agent al globalizării[3]. Cu observaţia că ea promovează şi încurajează, cum s-a spus, *subcultura*

[3] Termenul de globalizare, pătruns în Dicţionarul *Webster* în 1961 a cunoscut o formidabilă carieră. Daniel Yergin (apud 5, p. 326) propunea însă distincţia dintre *globalizare* ca proces şi *globalitate*, ultimul termen definind lumea noastră, o realitate dincolo de procesul globalizării, încercând o recuperare a identităţii întregului (conştiinţa planetară).

fără frontiere. Dacă piaţa devine instanţa supremă şi discuţia se poartă doar în termeni de audienţă (rating), garantând succesul comercial, degradarea gustului public prin invazia divertismentului e o consecinţă inevitabilă. Mai mult, televizorul — afirma acuzator P. Bourdieu — e o formă pernicioasă de violenţă simbolică.

Sub umbrela universalului, prin transferabilitate şi accesibilitate, cultura media pare a submina nevoia de apartenenţă (protejând identitatea). Ofertei fragmentariste în decor postmodern, iscând atâtea conflicte identitare, îi răspunde uniformizator, aplatizant-axiologic, sfidând multiplicitatea culturilor şi impunând impetuoasa „civilizaţie catodică" (deopotrivă scop şi mijloc). Să fie oare adevărat, cum spunea cineva, că după un inchizitorial Ev Mediu catolic am păşit într-un Ev Mediu catodic, sărăcind umanul? Globalizarea mediatică (ca „industrializare secundă", cum a şi fost definită) înseamnă, într-un sens, reîntoarcerea la tribalism. *Satul planetar*, anunţat profetic de McLuhan s-a ivit şi rolul media a fost decisiv. Iată, aşadar, că mass-media nu reprezintă doar un vehicul cultural ci chiar produc o nouă cultură. Va înlocui ea (fraudulos) Cultura?

NOTE:

1. Zygmunt Bauman, *Globalizarea şi efectele ei sociale*, Ed. *Antet*, 1999; traducere: Marius Conceatu.
2. Edgar Morin, *Paradigma pierdută: natura umană*, Ed. *Univ. „Al. I. Cuza"*, Iaşi, 1999; traducere de Iulian Popescu.
3. Bogdan Ghiu, *Evul Media sau omul terminal*, Ed. *Idea Design et Print*, col. *Panoptikon*, Bucureşti, 2002.
4. Mihai Coman, *Introducere în sistemul mass-media*, Ed. *Polirom*, Iaşi, 1999.
5. Mircea Malița, *Zece mii de culturi, o singură civilizație* (Spre geomodernitatea secolului XXI), Ed. *Nemira*, Bucureşti, 1998. Prefață de Ricardo Diez-Hochleitner, Președintele Clubului de la Roma.
6. Paul Levinson, *Marshall McLuhan în era digitală* (Ghid al mileniului informațiilor), Ed. *Librom Antet SRL*, 2001; traducere: Mihnea Columbeanu.

CE ESTE CULTURA MEDIA ?

„Spațiul media este un
mediu cultural înșelător"
(Douglas Kellner)

Neîndoielnic că suntem prinși în vârtejul unei lumi în schimbare. Viteza acestor transformări îl îndreptățea pe A. Toffler să vorbească de *tranziență*, întărind sentimentul de nepermanență, de insecuritate; de unde și caracterul anxios al epocii în pofida preceptelor de toleranță, pluralism, hedonism — repetate obsesiv și încă departe de a fi efective. În plus, „transparentizarea" invocată de un G. Vattimo prin erupția mass-media, instantaneizând și uniformizând comunicarea, acreditând *tribalismul planetar* în societatea consumului fac din pluralismul cultural un „șantier de supraviețuiri" (R. Guideri). Problemele și dilemele epocii sunt amplificate de un „concept extensiv" (firește, postmodernismul), indicând un model care e departe de a stârni entuziasmul: cel american, negreșit, lumea americană — ne asigură mulți analiști — fiind „așezată confortabil în postmodernitate". Oricum, viața în comunități închise nu mai poate continua. Viitorul este al globalizării.

Trebuie, în același timp, să recunoaștem că *mondializarea* a trezit îngrijorare și, în consecință, a provocat, pe fundalul seismelor bursiere, numeroase reacții de stradă (cazul Seatle, manifestațiile de la Washington, Londra, Tokio, Paris). Procesul ca atare, obiectiv, ireversibil, nu poate fi stopat; dar efectele lui ambivalente sunt evidente. Sloganurile antiglobalizare nu fac distincția dintre *globalizare* și *globalism*. Împotrivirea nu poate da roade. Concomitent însă, strategii procesului vorbesc de o globalizare „cu față umană" încercând să echilibreze piața și politicile de protecție socială. Dacă globalizarea se prezintă ca proces obiectiv, este de ordinul evidenței că globalismul conduce la ștergerea diferențelor specifice și erodarea suveranității. Or, companiile transnaționale au doar *interese de piață*. Pe de o parte nu putem nega binefacerile civilizației pentru „satul planetar" și înțelegem că revoluția tehnologică face absurdă și inutilă împotrivirea. Pe de altă parte însă, mondializarea pune în pericol identitatea națională și ridică serioase semne de întrebare asupra eficienței guvernării (planetare).

Sunt multe voci care cer instaurarea unei lumi multipolare. Riscul ca o superputere (în speță, cea americană) să gestioneze problemele Planetei atrage și consecința, de neacceptat, a unui model cultural unic. *Imperialismul globalist* pe care l-ar presupune hegemonismul yankeu, înțelegând Planeta ca o piață, a stârnit dispute. Recentele discuții, pornind de la ideea federalistă re-lansată de Joschka Fischer (care vorbea, etapizat, de o Federație a statelor-națiuni) sau, în replică, de un federalism descentralizat, alimentând tendința centrifugă (ambele, însă, grefate pe fundalul euroscepticismului) sunt tentative de emancipare de sub tutelă americană. Poate că reacțiile antiglobalizare exprimă și interesul pentru localism, promovat de societatea postmodernă. Oricum, satul planetar a devenit o realitate, riposta autarhică e sortită eșecului iar cultura mediatică a luat în posesie Planeta.

Industriile mass-media, se știe, au în vedere *omul mediu*, încurajând consumismul (alienarea prin consum). Această nouă cultură, întreținută de erupția mass-media, globalistă prin amploare, standardizată, impunând un unic model poate conduce la unidimensionalizare (ca efect): ea pare nu doar a concura ci chiar a anihila cultura „tradițională", înlocuind-o. Economia de piață (râvnită) nu înseamnă și *societatea de piață*, incapabilă să reacționeze corectiv, blocând derapajele „culturale" și stăvilind inundația ofertei

subculturale. Or, globalizarea — ca strategie — înseamnă prin democratizarea şi uniformizarea consumului chiar mediocrizarea culturii.

Dar ce o fi acest „monstru" numit *cultura media*? *Cultura de masă*, văzută de unii (cazul lui P. Brantlinger) ca „un concept apocaliptic" este, indiscutabil, o cultură medie (v. E. Morin, *L'esprit du temps*, 1962). Dar şi o *cultură media* acum. Produsele media suportă, prin industrializarea producţiei şi generalizarea consumului, o definiţie negativă şi globalizatoare, încărcată cu un sens peiorativ. Afirmată concomitent cu decăderea culturii clasice, noua cultură (mediatică) pare nu doar a o concura, ci chiar a o înlocui. Beneficiind de costuri de acces în scădere, preluând elemente facile, vandabile, acceptând standardizarea şi impunând drept criteriu valoric logica profitului, *cultura mass-media* este — după multe voci, unele autorizate — un surogat. Încât, pe bună dreptate, ne putem întreba: este ea o nouă cultură sau doar o altă tehnologie a comunicării culturale? Sau, poate, este chiar cultura epocii noastre, în extensie planetară.

Vom încerca să schiţăm câteva posibile răspunsuri observând, înainte de orice, că azi *comunicarea* a devenit *un fenomen de civilizaţie totală*. Comunicarea de masă (recunoscând supremaţia televizuală) se bucură de o audienţă largă, eterogenă, dispersată şi anonimă. În plus, circulaţia (difuzarea) e rapidă, uniformizând şi simplificând conţinutul. Mai mult, suportul, tehnica ca şi suma instituţiilor intră — uneori simultan — sub umbrela conceptului (media), conducând chiar la autonomizarea cuvântului, cum nota M. Coman. Iar noile media, în ofensivă, dezvoltă dimensiunea interactivă anunţând o nouă eră a comunicării sau, în termenii lui Bernard Lamizet „o economie generală a comunicării". Ideea convergenţei era lansată prin 1978 de inginerul Nicholas Negroponte care sugera apariţia sistemelor *on-line*, anunţând, prin multimedia, acea „nouă galaxie" întrezărită prin TV tematică, reţelele cablate sau „buchetele numerice".

De fapt mass-media nu impresionează cantitativ (deşi, am văzut, cuprinderea e planetară acum) ci, îndeosebi, prin simultaneism, instaurând *dictatura instantaneului*. „Era instantaneităţii" înseamnă sincronizarea lumii la pulsul evenimenţial al Planetei, posibilitatea desfăşurării Istoriei „în direct", pătrunderea informaţiei în „timpul real" (inaugurată de CNN la mijlocul anilor '80). Altfel spus, asistăm la accelerarea timpului mediatic.

Privind contextual, vom observa că discursul mediatic a cotropit întreaga existenţă: mediatizarea vieţii publice e o observaţie la îndemână iar procesul comunicaţional, fie el instituţional ori publicitar transformă realitatea într-un fenomen discursiv. Ne îndreptăm, potrivit lui Eliseo Veron, înspre o societate în întregime mediatizată: ziarele vor cunoaşte ediţii electronice, tehnica „pull" (navigarea atât de râvnită de *internauţi*) va face loc, prin conectare, difuzării automate a informaţiilor (principiul „push"). Ceea ce, evident, va adânci asimetria lumii, vorbindu-se deja de info-bogaţi şi info-săraci.

Din unghiul consumului cultural, televizorul domină suveran sistemul mediatic. Televiziunea a devenit *medium*-ul de referinţă, obligând celelalte mijloace să descopere strategii de reajustare. Consumul televizual, prin *zapping*, ar favoriza — observau, în 1991, Jean Louis Chabrol şi Pascal Perin — instabilitatea audienţei dar şi autonomia (creşătoare) a publicului. În plus, efortul scenarizării, gustul pentru *reality-shows* propun o nesfârşită hibridare, un joc ambiguu la frontiera dintre ficţional şi factual. Se vorbeşte de o „realitate compozită" (Philippe Quéau, 1993), ceea ce zdruncină supremaţia imaginilor analogice, implicit statutul lor indicial. Prin vizualizare, să recunoaştem, poate fi — cu uşurinţă, chiar — falsificată ierarhia evenimentelor. Şi, cum aminteam, integrarea tehnică a suporturilor (idee pentru care pleda, cu aproape trei decenii în urmă, inginerul Negroponte, deja menţionat) marchează sfârşitul distincţiei tradiţionale dintre cele trei suporturi mediatice. Concomitent, se dilucază

progresiv clivajele; tipurile de activităţi tradiţional-distincte se întrepătrund acum. Relaţia informaţie/ publicitate sau educaţie/divertisment nu mai cunoaşte frontiere rigide. Totul e construit pe calapodul divertismentului, acesta devenind „supra-ideologia" epocii noastre.

Pe bună dreptate, mulţi sociologi au protestat, acuzând activităţile din timpul liber ca o re-cădere în „stadiul infantil". O mitologie simplistă s-a instalat şi omul e redus, astfel, la instinct şi portofel. Aceste grave acuze erau lansate încă în 1962 de Joffre Dumazedier în *Vers une Civilisation du loisir* (Ed. du Seuil), tot cercetătorul francez notând că funcţiunile majore ale timpului liber (Le Loisir) sunt *solidare*. Adică odihna (ca timp de recuperare), divertismentul (pentru a alunga monotonia) şi dezvoltarea personalităţii există, în grade variabile, în toate situaţiile. Ne permitem să observăm că divertismentul a pătruns masiv şi oferta culturală e subjugată de această reţetă, vorbindu-se de un loisir frenetic. Ritmul loisir-ului, opinează unii analişti, pare mai epuizant decât ritmul muncii!

Dar *mass-culture* (sau „a treia cultură"), ca echivalent cultural al societăţii de masă înseamnă „a doua colonizare" (Edgar Morin). Pornită ca un masiv curent în S.U.A. ea s-a aclimatizat pretutindeni şi prin industrializarea spiritului, prin introducerea vieţii particulare în circuitul comercial creează „o ciudată noosferă". Ea, nota acelaşi Edgar Morin (în 1962!) tinde să corodeze celelalte culturi, cărora li se adaugă; am zice că tinde chiar să le înlocuiască. Chiar E. Morin părea a fi de acord cu această supoziţie de vreme ce recunoştea că *mass-culture* este „prima cultură universală din istoria omenirii".

Paradoxul e că *mondializarea mediată* la care asistăm (anunţată de cohorta analiştilor), „beneficiind" de o exploatare comercială nu iese din ceea ce John B. Thompson numea „miopia prezentului" (1). Din păcate, responsabilitatea globală, conştiinţa acută a interdependenţelor se însoţeşte cu „golirea etică a vieţii publice", cum nota cândva

Habermas. Iar cultura media, universală acum, aliniată divertismentului planetar nu pare dispusă a fortifica tocmai conştiinţa planetară. Mai mult, în lumea *high-tech* intruziunile (economice şi culturale) devin inevitabile, chiar dacă „poeţii globalismului" (v. A. Toffler) deplâng atentatul la suveranitate. Dar, ciudat, culturile „învolburate" ale unor societăţi în eterogenizare galopândă, dezvoltând economii pe bază cerebrală şi insinuând ideologii consumeriste îmbrăţişează marketing-ul „pe particule", segmentând piaţa. Profeţiile lui A. Toffler anunţau demodarea producţiei de masă, implicit *de-masificarea mass-media*. Fiece individ, beneficiar al unei experienţe mediatice fără precedent şi dezorientat în jungla mediatică, îşi oferă azi propriul mozaic (colaj) cultural, pierzând sensul întregului. Încât „alfabetizarea" în domeniul criticii media este obligatorie.

Ceea ce-şi propune tocmai Douglas Kellner, recunoscând puterea mediatică şi spaţiul media ca „mediu cultural înşelător" (2). Inventariind reacţiile teoretice, recunoscând febrilitatea concurenţială, chiar excomunicatorie a teoriilor rivale, autorul purcede la o analiză nemiloasă a imagisticii culturale, îndeosebi a „folclorului" american, survolând un univers binar. Evaluarea şi manipularea merg mână în mână pe acest teren „contestat". Iar *lectura* efectelor de manipulare îl obligă la cercetarea cu ochi sociologic a problemelor şi latenţelor lumii contemporane (cu a sa supradoză de *infotainment*) pentru a descifra identitatea consumatoristă în vălmăşagul schimbărilor şi conflictelor care agită scena epocii noastre.

Textele culturii media cer (şi grija autorului menţionat pentru „încadrarea coerentă în prezent" e repetat invocată) o scufundare în *contextele istorice concrete*. D. Kellner se explică pe îndelete, inventariază opiniile „productive" şi ne propune „câteva ţinte" pentru studiile culturale sperând să închege *sinteze de teorie socială critică*. Fiindcă, repetăm, contextualitatea e chiar obsesia analistului. De unde şi abundentele referinţe la rasă, clasă, etnicitate, sexualitate,

multiculturalism ş.a. Cum imaginea are un rol-cheie în strategiile epocii, *critica-diagnostic* pe care o visează şi vizează Kellner devine o *pedagogie media*. „Artefactele complexe" pe care la pune în circuit industria media nasc efecte ambivalente, contradictorii. Cultura media, ca activitate profund participativă nu uzează de reprezentări inocente ci foloseşte vehicule eficiente într-o abundenţă de bunuri şi servicii, la scară populară. Încât astfel de *studii critice*, recunoscând polaritatea dominaţie/rezistenţă, ne îngăduie să (ne) înţelegem societatea. Adecvarea teoretică ar fi, desigur, prima condiţie. Nu putem invoca la nesfârşit aşa-zisa *rezistenţă a publicului* câtă vreme reproducerea formelor dominante de putere socială e o observaţie la îndemână. Identificarea cu ideologiile socio-politice (sau mesajele dominante), dincolo de controlul social, îi îngăduie autorului alte câteva subtile observaţii: azi, *îndoctrinarea* nu e rigidă, tezistă ci seducătoare, de ventilaţie mentală, cultura de larg consum generând prin infantilizare şi manipulare efecte perverse, erodând „rezistenţa". Înţelegem de ce, iarăşi, D. Kellner cere întâi o percepere contextuală şi apoi, neapărat, o teorie critică a societăţii într-o lume saturată de mass-media.

*

Civilizaţia mass-media impune o nouă realitate, ecranată, impregnată în cotidianitate de ceea ce s-a numit *transconsumism*. După fervoarea întreţinută de „gramatica producţiei" şi remiza ideologică din perioada războiului rece, coerciţia îmbracă acum haina consensului social prin competiţia consumeristă, devenind o hegemonie „neobservată" şi conducând — prin standardizare — la o omogenizare „furişă" (cum bine s-a spus). Dar indicatorul nivelului de trai, universalizând — în pofida decalajelor — un stil de viaţă se însoţeşte cu un anxios sentiment al nepermanenţei (modă, uzura morală a cunoştinţelor etc). „Tapetul electro-

nic" al Planetei înseamnă o expunere masivă şi neselectivă, având o certă „disfuncţie narcotizatoare" (Paul Lazarsfeld, R.K. Merton). Evident, fluxul comunicaţional, atingând pragul opulenţei informaţionale n-ar trebui să se rezume la difuzare, nivelarea culturală marcând o evidentă regresiune prin coborârea gustului public, infantilizare, paralizia spiritului critic şi îngurgitarea „surogatului informaţional". Dacă această cultură mass-media rămâne doar o excitaţie senzorială şi îşi refuză examenul autocritic, ea produce, indiscutabil, o nouă alienare. În plus, prin *temporalitatea unică* a difuzării instantanee, distanţele îşi pierd semnificaţia, *defizicizarea* (prin nomadismul elitelor) devine o evidenţă iar hibridarea, încurajând o „identitate cosmopolită" (Jonathan Friedman), un proces inevitabil.

În acest context e lesnicios a observa că difuzarea globalizată a produselor mass-media nu înseamnă doar dispariţia unui mod de viaţă tradiţional. *Globalizarea comunicării*, dincolo de interesele comerciale „infiltrate" impun, voalat sau explicit, modelul american. De unde şi *teza imperialismului cultural*, lansată de Herbert Schiller (v. *Mass Comunications an American Empire*, 1969), cel puţin plauzibilă după „invazia electronică" a SUA, încurajând motivaţia consumismului dar considerată, de alţii, rigidă (cf. John B. Thompson) în condiţiile reaşezării relaţiilor de putere globală prin afirmarea corporaţiilor transnaţionale. Oricum, integritatea culturală a societăţilor *slabe* este ameninţată; dar teoria conflictelor culturale nu e de dată recentă şi hibridarea culturilor nu e un fenomen de ultimă oră. Orice cultură se hrăneşte şi cu valori preluate (din exterior), dislocând tradiţia şi alterând moştenirea culturală. Ceea ce şochează azi ar fi proporţiile fenomenului şi sensul său unidirecţional, alimentând vectorul americanizării. De unde şi suspiciunea ivirii unei monoculturi tiranice (Planeta Hollywood), vehiculând o simbolistică tentantă, accesibilă, de mare „vizibilitate" şi preluând, prin maşinăria publicitară, o ofertă simplificată,

standardizată, eşuând în „teza McDonaldizării" (George Ritzer) sub tăvălugul globalizării.

Era globalizării speculează, pe de o parte, reflexul consumerist (seducând clienţii şi inventând avalanşa trebuinţelor) iar, pe de altă parte, potenţează incertitudinea postmodernă. Conceptul ca atare nu împărtăşeşte soarta cuvintelor „la modă", pendulând între incantaţie magică sau opacitate. El anunţă un proces inevitabil, în marş, prefigurând un destin implacabil (3, p. 5), deja o realitate pentru sfera economiei, a finanţelor şi comunicaţiilor, cerând (prin micşorarea spaţiului) viteză şi mobilitate. Să observăm că această globalizare economică coexistă cu fragmentarea politică, integrarea şi parcelarea redistribuind suveranitatea, fiind procese complementare (3, p. 75), favorizând — în noile condiţii — un „transfer de anxietate" (3, p. 122). Pe bună dreptate, Z. Bauman afirma că noii stăpâni ai lumii nu guvernează direct, vorbindu-se — îndreptăţit — de o „putere anonimă" (3, p. 74).

Totuşi, o cultură globală ar fi o imposibilitate — crede Anthony D. Smith. Există, neîndoielnic, un fond de valori comune dar un „supermarket cultural global" ar fi chiar indezirabil, generând o zgomotoasă şi, se pare, ineficientă alertă identitară. Să nu uităm că sunt voci care recunosc că fenomenul globalizării se înfăţişează ca un fenomen natural, că se impun valori şi interese comune fiind imperioasă o coordonare pentru modelarea viitorului. Mai cu seamă că inventarul crizist al Planetei (poluare, bomba demografică, arsenalul nuclear etc.) se agravează. Asistăm — afirmă cercetătorii de la Institutul Worldwatch — la un proces global de distrugere ecologică, ceea ce impune reorientarea ecologică a economiei. Adică, existenţa unui centru decizional la scara Planetei, înţelegându-se că efectele nu mai sunt locale şi responsabilitatea noastră nu se întinde doar pe durata unei generaţii. Globalizarea, după Johan Galtung, ar fi o întoarcere la normal / natural, imitându-se, astfel, „cel mai globalizat factor, natura" (4, p. 25). E drept,

epoca noastră favorizează creşterea interdependenţelor (Geof Mulgan vorbind de „conexiuni", 1997) dar, paradoxal, postmodernitatea privilegiază eterogenitatea şi încurajează fragmentarismul. Încât, „invazia electronică", oferind produse mass-media globalizate, implicit o istoricitate „mediată", conduce la apariţia unei lumi-stat, cu o cetăţenie globală „uşoară" şi, ciudat, diminuează tocmai *etica responsabilităţii globale*. John B. Thompson denunţa cu fermitate evacuarea eticii din viaţa publică, conducând la prăbuşirea proiectului universalist şi la instalarea unei realităţi „ecranate". Iată, aşadar, paradoxul epocii noastre: vorbim de o comunitate globală (ignorându-şi, irresponsabil, interesele pe termen lung) şi asistăm, de fapt, la o atomizare crescândă în contextul delocalizării tradiţiei şi a depersonalizării relaţiilor inter-umane. Agent al globalizării, *cultura media* impune accelerat, la suprafaţă, o aliniere care ne sărăceşte cultural şi trezeşte îngrijorare.

Între aceste voci îngrijorate o aflăm şi pe cea a lui Douglas Kellner. Numele lui este frecvent citat printre teoreticienii critici care s-au aplecat, stăruitor şi convingător, asupra fenomenului mediatic, cercetând condiţiile şi provocările contemporaneităţii (2). Cultura — crede D. Kellner (şi o afirmă răspicat!) — nu a fost niciodată mai importantă, iar *cultura media*, ca fenomen relativ recent, conduce la „colonizarea" timpului liber, impregnând şi dominând cotidianul, modelându-l prin centralitatea consumului televizual. Iată de ce producerea şi receptarea textelor culturale şi, îndeosebi, analiza lor cu instrumentar critic devin imperative în contextul bombardamentului mediatic la care suntem supuşi. Doar aşa, crede — îndreptăţit — autorul, vom înţelege cultura şi textura societală, sensul şi efectele veritabilei *băi mediatice* fără a ignora tectonica politică. Şi fără a uita că această „noutate" nu poate fi scoasă din rama determinismului tehnologic după cum nu se poate lepăda, într-o lume interconectată, de sentimentul responsabilităţii la scară planetară.

Spirit echilibrat, Douglas Kellner știe că studiile culturale nu au valabilitate în absența unei teorii sociale, iar aceasta, în numele unei observații de bun simț, invită la pluriperspectivism, combinând diferite puncte de vedere, făcând joncțiunea dintre cultură, societate și politică. Cu prudență, așadar, autorul cercetează cultura mediatică în contextul teoriei sociale critice și recomandă stăruitor, cum spuneam, inserția contextuală (firește, nu ca o noutate de ultimă oră). Astfel, studiile culturale media converg către o teorie critică a societății, articulând ideologii, valori și reprezentări. Cum teoria socială conceptualizează structuri, relații și instituții și ne oferă — notează Kellner — o hartă cognitivă, circuitul se vădește benefic pentru cercetătorul avizat: societatea produce (secretează) cultura iar aceasta modelează societatea.

Evident, constatările de mai sus sunt de uz obștesc. Nu Douglas Kellner a descoperit acest buchet de truisme. Dar prudența sa metodologică se cuvine aplaudată și urmată. După cum, trecând în revistă strădaniile și meritele altora, nu ezită să le recunoască și să le fructifice, raportându-se, la rându-i, critic, refuzând infailibilitatea. Cum grija sa de căpătâi e cea de a beneficia de o solidă teorie socială critică, ar fi de înțeles contabilizarea gospodărească a opiniilor și combinatorica lor, hibridând discursul, gestul fiind scutit însă de pusee ludice. Dimpotrivă. Câteodată ușor încruntat, deseori relaxat dar niciodată lejer, autorul punctează decisiv. Și „modelul timpuriu" (propus și impus de Școala de la Frankfurt) dar și studiile britanice îi trezesc reacția. În primul caz, studiile critice asupra comunicării, interesul pentru industriile culturale, a puterii lor de seducție și a efectului socializant, vehicularea conceptelor transdisciplinare sunt grijuliu expuse. Kellner nu ezită să considere rigidă distincția între cultura înaltă și cea comună, suspectată de monolitism (ideologizată, de fapt). În cel de-al doilea caz, apreciind „recolta" grupului de la Birmingham în jurul anilor '60, în pofida conceptelor „instabile", același Kellner subliniază meritul de a fi recunoscut importanța culturii media și implicarea ei în procesul de dominație. Dezvoltând teoria dominației (de tip gramscian), revista *Screen*, de pildă, va identifica formele de dominare și rezistență, rețelele de putere și strategiile contextuale, societatea fiind un sistem de dominare. Reproșurile însă nu întârzie. Studiile culturale britanice ignoră cultura înaltă și acordă culturii de masă o falsă omogenitate. D. Kellner respinge, de fapt, neutralitatea conceptului și vede în cultura de masă o ideologie. Mai mult, *cultura media* este o competiție și autorul, înțelegând societatea ca un câmp de luptă, purcede la o interpretare politică a culturii. D. Kellner propune, așadar, *o lectură politică* a câmpului cultural, chemând în ajutor și conceptele marxismului clasic.

Ideologia, indiscutabil, legitimează dominația de clasă. Preocupat, deopotrivă, de teoria manipulării dar și de cea a rezistenței, D. Kellner extinde conceptul. Ideologia nu e redusă la dominația de clasă, reactivând bătătorite opoziții binare, iar critica ei privește acum multiculturalismul, se raportează la sex, etnie, rasă etc., implică un mediu angoasant și grupurile marginale, eliberând pasiune și energie politică. Pe de o parte, crede îndreptățit Kellner, sunt promovate interesele grupurilor dominante (și autorul studiază meticulos „codificarea" relațiilor de putere, discursurile politice ale epocii, subliniază obsesiv rolul culturii media în alegerile politice); pe de altă parte, se cuvin valorizate artefactele culturale care se opun practicilor hegemonice și, în pofida inerțiilor, agreează non-conformismul. Altfel spus, Kellner dezvoltă o perspectivă critică din unghiul *economiei politice a culturii*. Scena culturii, ne reamintește el, implică circuitul producere – distribuire – receptare. Or, cultura media are efecte materiale *vizibile*. Este, nu mai încape vorbă, un câmp de luptă pentru dobândirea controlului asupra societății, artefactele industriilor de cultură, generalizate insidios, „îmblânzind" dominația. Fiindcă fenomenul media nu poate fi desprins de relațiile de putere. Acest

interes nu se rezumă la text (texte) sau receptori, ignorând nonşalant relaţiile şi instituţiile sociale. Adică, altfel spus, contextul socio-economic; sau, mai brutal, mijloacele şi condiţiile reale de producţie. Şi, în numele *materialismului cultural*, concept drag, preluat de la Raymond Williams (definitoriu, credem noi, pentru optica lui Kellner), autorul coboară în context. Observă, de pildă, declinul feminismului, invazia actorilor „ultra-macho", fetişizarea gustului public ş.a., fără a uita însă că e vorba de efecte. Şi fără a minimaliza consecinţele pe termen lung. Fiindcă această cultură *high-tech*, ca sector economic dinamic, devine o cultură globală. *Tehno-cultura*, industrializându-se, oferă produse în serie şi se oferă unui public larg. Ea are un pronunţat caracter comercial, distribuind, sub pavăza accesibilităţii, *produse populare*. Dar, să nu uităm — ne previne un Kellner atent la nuanţe —, nu este pur şi simplu un instrument de dominare ideologică (într-o accepţie consensuală). Fiindcă, azi, pe de o parte, ne confruntăm cu o diversitate de opţiuni (vezi culturile alternative în ebuliţie) iar, pe de altă parte, cu rafinate metode de supraveghere şi manipulare. În alt sens, într-o epocă de mare confuzie culturală, marcată de teamă, insecuritate şi instabilitate, *cultura media* anihilează energiile politice. Divertismentul ţine afişul ofertei mediatice şi deturnează revolta. Pendulând între *globalizare* şi *atomizare*, omul zilei, conectat la pulsul planetar suportă, nota cineva, un „transfer de anxietate". *Vizibilitatea* nu-i atenuează angoasa. Iar *cultura media*, dincolo de forţa de socializare, este cultura dominantă. Ea plonjează în actualitate făcându-ne părtaşi la Istoria unui *stat – lume* (cum spunea J. Galtung) şi creează, într-un ritm frenetic, tipare şi identităţi. Produsele media flatează populismul cultural şi disemnează (staruri, reclamă etc.) *o ideologie implantată* (scrie D. Kellner). Acest capital cultural, stimulând „fabricarea de identităţi" cere o eficientă pedagogie media. Iar exemplele de critică culturală, pe linia unei Teorii critice a societăţii (la care râvneşte) ar inspira *o nouă politică* în sfera culturalului,

încurajând proiectul democratic multicultural. Implicit, *ruptura* de tiparele vieţii moderne. Va fi cu putinţă o astfel de ruptură? Dacă aruncăm o privire şi cercetăm, fie şi fugitiv, decorul postmodernităţii, concluziile par mai degrabă sceptice. Identităţile, după Harvie Ferguson, sunt „oscilaţii continue". Fluiditatea, scrie Zygmunt Bauman, ar fi metafora principală pentru epoca noastră (vezi *Modernitatea lichidă*, Ed. Antet, 2000). Nomadismul planetar, avalanşa de imagini încurajând *zapping*-ul, efortul „spectacularizării", ruinarea ierarhiilor, denigrarea centrului, explozia consumerismului (ca blazon al postmodernităţii) sunt, negreşit, simptomele unei lumi în criză. Şi dacă societatea comunicării se vrea o „supermodernitate", cu aceeaşi fervoare ea renunţă la „termenul lung" şi glorifică prezenteismul. Durabilitatea, ne anunţa Z. Bauman, îşi pierde atractivitatea. Este limpede că o strategie precum cea gândită de D. Kellner nu poate fi împlinită de azi pe mâine. Iar mâinele, ciudat şi regretabil, nu mai interesează.

Ar mai fi de observat că pentru Douglas Kellner postmodernismul nu este decât o „vocabulă sonoră". El denunţă folosirea abuzivă a termenului în câmpul studiilor culturale şi contemplă cu detaşare „carnavalul postmodern". Discursul postmodern n-ar fi decât un construct cultural (e drept, de o „ameţitoare diversitate"), cu sarcini interpretative, nicidecum o stare de fapt. Supraîncărcarea termenului nu face decât să sporească „zăpăceala postmodernă". Iar „legătura agresivă" cu postmodernismul, beneficiind de o conceptualizare dubioasă, cu exemple discutabile, întreţine, prin multiplicarea discursurilor în conflict, această veselă confuzie. Dar febra postmodernă, chiar în absenţa consensului (sau poate din această pricină) se prelungeşte. Pentru Kellner postmodernismul înseamnă doar o bizară marcă semiotică. Cum îl ştim, el cere şi aici prudenţă în manevrarea termenului (supralicitat, bineînţeles) şi nu subscrie la ipoteza rupturii (precum un J. Baudrillard). Ar fi exagerat să vorbim despre o ruptură, scrie sec D. Kellner; deşi, am constatat

deja, chiar o ruptură își propunea însuși Douglas Kellner prin noua politică culturală, doar schițată și, oricum, suferind de fragmentarism, incapabilă — zicem noi — de a fisura impresionantele conglomerate media.

Să fim drepți, pledoaria sa e convingătoare. Mass-media, intim legată de putere, a colonizat cultura. În plus, cu totală îndreptățire, D. Kellner desființează distincția dintre cultură și comunicare, observând (și notând) ceea ce ar fi trebuit să fie la îndemâna oricărui cercetător: *cultura nu poate fi decât comunicațională*. Nemulțumit, Kellner este în dezacord cu *vocabularul de bază*, denunțând etichetologia cu iz ideologizant. Se războiește, am văzut, cu Postmodernismul dar vrea și „distrugerea distincției" (mai sus menționată), în fine, nu poate accepta semnul egalității între cultura media și cea populară. Fiindcă, sociologul, cuprinzând întreg spectrul cultural, cercetează atent binomul cultură populară/elitistă și e convins că despre cultura populară putem vorbi cu folos raportându-ne la cultura hegemonică din fostele spații coloniale. Și credem că are dreptate.

Previzibil, interesul lui Douglas Kellner se centrează pe *cultura media americană*, inundând piața planetară. El discută, cu risipă de exemple și argumente, despre rețeta holywood-iană, fenomenul Madonna și muzica rap, Michael Jackson, filmele Rambo și Rocky, MTV și, bineînțeles, spectacolul „Războiului din Golf". Este pusă sub lupă „era Reagen - Bush" și analizate nemilos consecințele exportului triumfalist al Modului de viață american („american life"). Globalizarea, dacă se produce, se desfășoară pe acest vector. Evident, interpretările lui Kellner coagulează *o lectură critică*, cu vizibile (și declarate, dealtminteri) intenții pedagogice. *Rambo*, de pildă, i se pare *un text ideologic*. El corespunde mentalității unui „președinte de la Hollywood", pus pe escapade militare, codificând etosul militarist. Prin politica reprezentărilor și forță manipulativă, inculcând — la nivel subliminal — o ideologie, spulberând recordurile de box-office, tema militaristă (*Rambo*, *Top Gun*, ș.a.) propune

o spectaculoasă metamorfoză: înfrângerea din Vietnam devine o victorie în cultura media! *Efectul Rambo* glorifică de fapt supremația „trupurilor tari" (*Hard bodies*). Parantetic, să notăm că un Alvin Toffler (vezi *Război și antirăzboi*) crede că astfel de filme, „proslăvind bicepșii în defavoarea creierului", sunt desuete. Iar Al Treilea Val, cu „războinicii de nișă" ai viitorului va exploata intensiv baza informațională. Totuși, până la „beligeranța de nișă", *efectul Rambo* rămâne...

Propunând conceptul de *studii culturale media*, Kellner atrage atenția că interesul excesiv (dacă nu și exclusiv) pentru text și receptor ignoră *medierile*, vizând practicile, relațiile și instituțiile culturale. Intervin în această complexă și nebuloasă ecuație, așadar, textele, publicurile, industria media, strategiile culturale și, bineînțeles, contextul socio-istoric. Cum publicul este el însuși un produs, conjuctura politică și ideologia dominantă nu pot fi ignorate. Opinia publică, valorile și comportamentele intervin copleșitor, activând resursele culturale și țintind, vectorial, integrarea în cultura oficială. Dar individul are acum, în decor postmodern, o existență fragmentară, discontinuă, provocând implozia sinelui și pierderea sensului. Liantul ideologic devine vital. El poate amorți conștiințele sau poate fortifica prezența unor agenți ai schimbărilor sociale. Mai presus de astfel de supoziții intervine dorința controlului asupra societății. E vorba de *putere culturală* aici și, îndreptățit, Douglas Kellner observa (2, p. 49) că această invadantă *cultură media* a devenit un câmp de luptă prin manipularea conținutului simbolic (1). Dacă așa stau lucrurile, e limpede că ideologiile nu pot lipsi din această bătălie. Iar pretenția lichidării lor rămâne o iluzie vinovată.

NOTE:

1. John B. Thompson, *Media şi modernitatea* (O Teorie socială a Mass-media), Ed. *Antet*; traducător: Miruna Tătaru-Cazaban.
2. Douglas Kellner, *Cultura media*, Institutul European, 2001, traducere de Teodora Ghivirigă şi Liliana Scărlătescu; Prefaţă de Adrian Dinu Rachieru.
3. Zygmunt Bauman, *Globalizarea şi efectele ei sociale*, Ed. Antet, 1999, traducere: Marius Conceatu; vezi şi Z. Bauman, *Modernitatea lichidă*, Ed. Antet, 2000, traducere: Diana Grad.
4. Johan Galtung, *Globalizarea şi consecinţele ei*, în *Mileniul III*, nr. 2/1999.

COMUNICARE ŞI MANIPULARE ÎN SOCIETATEA MEDIATICĂ

„Comunicarea liniştește, informaţia deranjează."
(Régis Debray)

Fiecare epocă îşi centrează preocupările teoretice asupra unui buchet de teme care confiscă prioritar interesul; altfel spus, *sociologia prezentului* (ca să preluăm formula lui Edgar Morin) „aduce la un loc un număr de preocupări", alimentând reflecţia sociologică, implicit, diversificarea cercetărilor. Cum omenirea n-a vorbit nicicând mai mult ca în zilele noastre, *tema comunicării* domină constelaţia disciplinelor socio-umane fiind, s-a spus, un veritabil liant; mai mult, ca îngăduie o altă „lectură" a societăţii, aceasta fiind înţeleasă azi ca o societate „de informaţie", prin expansiunea incontrolabilă a activităţilor „imateriale". Negreşit, societatea mijloacelor de informare nu epuizează repertoriul sociabilităţii. Dar societatea mediatică, în pofida babiloniei informaţionale mută accentul de la relaţiile de producţie (evidenţiate de Marx) la „relaţiile de informaţie". Încât, structurile şi mecanismele societale produc, abundent, un schimb de mesaje, nu doar de obiecte şi fac din mijloacele de informare (suporturile comunicării) o cheie explicativă, o cale de acces în descifrarea istoriei culturale a umanităţii.

Evident, *comunicarea* implică *informaţia*. Comunicarea, reluăm un truism, este o premisă funcţional necesară pentru orice sistem social; şi orice comportament (verbal, tonal, postural, contextual) este informativ, asigurând — prin decodare — comunicarea. Axioma metacomunicativă a

lui Paul Watzlawick merită a fi reamintită aici: „nu exist
posibilitatea necomunicării". Fie că o acceptăm ca o puner
„în relaţie" prin funcţia de contact (D. Anzieu, J.Y. Martin
fie că o înţelegem ca un transfer de informaţie (implicân
filtrul propriu ca sistem de valori şi *halo-ul*, ca rezonant
simbolică), fie că — din unghiul acţiunii sociale — o pe
cepem, prin intenţionalitate, ca o schimbare de comporta
ment, comunicarea îmbracă, pe un front animat, în care con
cubinează experţii şi vulgarizatorii, accepţii diferite, deru
tante chiar; iar noua gândire este, în pofida statutului nede
finit, *comunicaţională* (1, p. 15). Ştiinţele informaţiei şi co
municării se vor un câmp interdisciplinar autonom (1, p. 11
Şi dacă, deopotrivă vulnerabile, cunoaşterea sectorială
(impunând o specializare sterilizantă) ori perspectiva globa
lizantă nu puteau oferi decât clivaje disciplinare sau gene
ralităţi inutilizabile, favorizând perpetuarea belicoasă a deza
cordurilor, B. Miège pare convins că „ştiinţa" în cauză se va
impune ca *interdisciplină* (1, p. 14).

Cândva şi sociologiei i se refuza statutul de ştiinţă
considerându-se că neavând un obiect şi metode proprii, inca
pabilă să formuleze legi, ea ar fi inutilă. Mai încoace, înţe
leasă ca fenomen de „civilizaţie totală", comunicarea a de
venit obiect de cercetare al sociologiei, obligându-ne a re
gândi chiar viaţa socială în termenii teoriei comunicării
mixând cercetările lingvistice şi cele de antropologie cultu
rală, studiile de psihosociologie şi modelele cibernetice
Dacă distincţia dintre *comunicare* şi *comunicaţie* poate fi
reţinută enunţiativ (fără a o prelua însă), prima, potrivit unor
voci, ar însemna transmitere directă, nemijlocită în timp ce a
doua ar fi posibilă prin intermediul unui canal, media
funcţionând ca suport pentru mesaj. Să ne amintim că Tarde,
sesizând că agentul cel mai puternic al imitaţiei era con
versaţia, părea uimit că factorul de opinie „cel mai continuu
şi universal" era neglijat de sociologi. Şi pentru Simmel con
versaţia era suportul cel mai larg al oricărei comunităţi
umane. Chiar „limbajul silenţios" (Halle), angajând elemen-

le paralingvistice din conştiinţa receptorului ne forţează să
recunoaştem că este imposibil să nu comunicăm: după cum
este imposibil să nu fim influenţaţi, limbajul acţionând
asupra noastră cu o deosebită eficacitate, pe o plajă largă, de
la „persuasiune socială" la manipulare. Percepţia, angajând
„rezerva de cunoştinţe" (A. Schutz) este parţială, selectivă,
interpretativă, iar strategiile comunicaţionale, prin îndru
mare, argumentare, persuadare şi manipulare se dovedesc
teribile modalităţi de influenţare. Pricină pentru care, în
pofida rezultatelor confuze şi a prelungitului „război inte
lectual" (2, p. 342), abundenţa presupoziţiilor încurajează
cercetările asupra *efectelor*. De la simplismul formulei
„glonţului magic", admiţând ipoteza că „oamenii cred tot ce
mass-media le spune" până la perspectiva minimalistă,
impunând teoria „efectelor limitate" (Joseph Klapper, 1960),
raţiunea convenţională, negocierea şi opoziţia intervin în
acest „joc", producător de efecte necuantificabile. Rezonabil,
acceptând o putere explicativă limitată, am putea admite că
cercetările atitudinale, cele atrase de efectele comporta
mentale ori ale „învăţării" din media pun în lumină, impla
cabil, rolul media ca sursă predilectă de informare.

Încă Harold D. Laswell (1948) „descria" etapizat
acţiunea de comunicare, deschizând imediat calea abordării
funcţionaliste prin frenezia empiristă a tehnicilor observaţiei
sociologice. Schema sa (Cine?, Ce?, Prin ce canal?, Cui?, Cu
ce efecte?) s-a bucurat de un uriaş succes deşi impunea o vi
ziune lineară. Oricum, „schema canonică" (Emiţător – canal
– Receptor), prin diversitatea situaţiilor reale a făcut loc
receptorului ca interpret (interlocutor), admiţând fenomenul
de retroacţiune (feed-back). Cum actul real al comunicării se
consumă într-o situaţie concretă, emiţătorul (vezi 3, p. 32)
„şi organizează expresia" (contextul eplicit). Iar recepţia,
fără a urma traseul linear al efectelor, se dovedeşte a fi
„negociată" (Stuart Hall), angajând interese, practici cultu
rale, suportând distorsionări, bariere de credibilitate, inter
medierea liderilor de opinie şi textura micro-grupurilor.

Putem, aşadar, afirma că dacă fenomenul comunicaţional este un proces, el priveşte, nu mai puţin, şi rezultatele acestui proces. Audienţa nu trebuie gândită mecanicist, doar prin prisma pasivismului, rezervând publicului — ca masă de manevră — doar rolul de victimă. Să fie *audienţa activă* o diversiune? (Gitlin, 1978). Oricum, conţinutul mediatic, prin noile cunoştinţe irigând, la scara culturii de masă, *imaginarul colectiv* influenţează, dincolo de efectele perverse, aşa-zisele „scheme mentale": iar schimbările, după Joseph Klapper, pot fi de conversiune, de întărire sau, discret prezente, în zona modificărilor minore. Relaţia obligă însă la un „acord cognitiv", decodarea fiind, am văzut, şi reconstrucţie, corectând „fabricarea" opiniilor şi „fasonarea" comportamentelor.

Să nu uităm că societatea postindustrială face din informaţie un factor de putere şi un *bun colectiv* (D. Bell). Cunoaşterea şi informaţia, ca resurse strategice, se amplifică pe măsura accelerării Istoriei şi a evoluţiei mijloacelor de comunicare prin explozia tehnologică. Revoluţia informatică se vrea o revoluţie globală. Totuşi, suprainformatizarea, producând saturaţie conduce la suprasolicitare: disponibilităţile publicurilor în consumul informaţional nu sunt nelimitate după cum inegalităţile, prin noile *electronic media*, se adâncesc. Încât, departe de a crede euforic că informaţia are azi o mai mare valoare socială vom fi prudenţi în a elogia societatea informaţională; paradoxal, ea nu este — prin definiţie — neapărat o societate „mai bine informată" (4, p. 85). Multiplicarea informaţiilor inutile face din valoarea de consum a informaţiei o „bombă neexplodată". Iar planetarizarea culturii de masă conduce la „transmutarea" realului: socialul devine spectacol, violenţa se insinuează ca limbaj universal, escapismul anesteziază spiritul critic.

Dacă ceea ce numim comunicare mediată devine, prin abundenţa şi eficienţa tehnicilor de difuzare, o *comunicare de masă* este limpede că ea se adresează şi penetrează, prin resursele persuasive, publicurile-agregat, definite

prin eterogenitate, dispersie, anonimitate (exceptând, firesc, publicul-ţintă, ofertat cu programe *specializate*). Relaţiile de proximitate sunt excluse; iar consumul mesajelor, fie că vizează sfera emoţională, cognitivă sau comportamentală nu poate ignora, în context mediatic, condiţia lor de *marfă*, purtând audienţa şi instaurând ubicuitatea. Însăşi cultura a devenit un fenomen mediatic şi, potrivit unor voci, cultura modernă ar fi chiar cultura de masă; nu ne putem mulţumi cu constatând doar că mijloacele comunicării de masă influenţează cultura tradiţională. Ca „armă teribilă" (G. Friedmann), mass-media asigură accesul larg la cultură: dar e vorba de o cultură standardizată, pasivă, narcotizantă, răspunzând cerinţelor a ceea ce H. Vilenschi numea — îndreptăţit — „piaţa de masă", respectiv o triumfătoare *cultură de piaţă*, favorizând teleconsumul hedonist în ansamblul activităţilor de *loisir* prin „satisfacţii compensatorii". Chiar dacă începutul deceniului şapte marca o cotitură în studiile asupra fenomenului comunicaţional, atrăgând atenţia — prin Wilbur Schramm, Ira Glick, Sidney Levy, ş.a. — asupra repertoriului, tipologia consumatorilor indică, fără tăgadă, intoxicarea prin divertisment, consumerismul (suspectat de precaritate şi intenţii manipulatorii) fiind blazonul postmodernităţii. În acest context, raportul media/cultură se schimbă radical. Într-o *cultură a consumului* mass-media nu sunt doar un vehicol cultural ci produc o nouă cultură. Chiar postmodernitatea ar fi, după G. Vattimo, produsul dezvoltării comunicării, erodând „principiul de realitate"; intrăm, astfel, în „era fantasmatică", adică într-o lume controlată de mass-media. În societatea mediatică şi comunicarea socială îmbracă o valoare comercială; iar producţia mediatică este mozaicată (A. Moles) şi de nivel mediu (E. Morin), livrată „în vrac", în flux permanent şi impunând divertismentul ca supra-ideologie (Neil Postman). În limbajul accesibil al divertismentului, îndeosebi, mass-media au devenit instrumente ale sugestionării şi manipulării; iar *omul mediu* (A. Quetelet) este „centrul gravitaţional" al ofertei mediatice. Să

mai observăm că industrializarea comunicării sociale, ascu
tând fatalmente de legile pieţii, satisface atât dezirabi
democratizare a informaţiei cât şi indezirabila ei standa
dizare şi depreciere prin facilitate, vulgarizare, mercantilis
Cultura de masă, ca „ansamblu de fenomene culturale ins
parabile de civilizaţia tehnicistă" (G. Friedmann) este,
recunoaştem, o subcultură, anunţată ca atare încă de T
Adorno (1951) când o numea o „barbarie stilizată". Or,
echivalent cultural al societăţii de masă, ea ni se oferă
prin diversitatea provocărilor — ca „surogat de cultură
(T.S. Eliot), angajând însă un arsenal de tehnici de difuzar
masivă, funcţionând ca „mediatori universali" (E. Morin)
beneficiind, în consecinţă, de un public „de masă".

Dar, supus masificării, publicul — nu spunem
noutate — nu deţine controlul asupra mass-media; mai mul
impunerea (unidirecţionată) a unor conţinuturi îl îndreptăţe
pe Michel De Certeau (vezi *L'invention du quotidien*, 199
să observe că, în pofida ipotezei interactivismului (G.H
Mead), sociologia receptării pare a se fi resemnat cu con
cluzia că, sub torentul mesajelor, decodarea se rezumă
„arta de a utiliza ceea ce alţii impun". Publicul, ca ţintă
procesului de comunicare nu prezintă niveluri socio-cultu
rale analoage. După cum, tot falsă ar fi şi premisa identităţ
de mesaj la nivelul emiţătorului şi receptorului, chiar satis
făcută fiind condiţia competenţei mediatice. Evident, di
unghiul abordării „acţioniste", ca „negociator de sens", re
ceptorul poate „reamenaja" mesajul sau îl poate scurtcircuit
prin selecţie (protest „mut"); dar manipularea are sens uni
(Fr. Bulle) chiar dacă „ajustarea" e reciprocă.

Devenind o *metainstituţie* (J. Habermas), comuni
carea — în societatea globală — nu se mai împacă nicicum
cu teoriile „clasice". Ciberneticienii erau preocupaţi doar d
circulaţia informaţiei în vreme ce „funcţionaliştii" cercetau
rolul mijloacelor de informare (Teoria influenţei). Un prim
corectiv propuneau, se ştie, Elihu Katz şi Paul Lazarsfeld (i
1955) prin faimoasa *two steps flow of the communication*

relativizând supremaţia manipulării (teoria înţepăturii hypodermice). Fie că restrângem rolul media la procesul — încă periferic — de „spectacularizare" a socialului (J. Cazeneuve) ori la cel de evaziune (J. Klapper), fie că admitem rolul central jucat de mass-media în dezvoltarea instituţiilor moderne (John Thompson), este limpede că ne mişcăm într-un nou tip de societate: cea *comunicaţională*. În noul context, activitatea de prelucrare simbolică atinge efervescenţa. Exhibitivă şi artificială, societatea de masă cultivă în exces stimulul informaţional. Aşa cum societatea de consum creează, în avalanşă, „false necesităţi" şi mediile de informare produc şi propun false realităţi. Deconspirarea intenţionalităţii manipulatorii în circuitul comunicaţional devine o cerinţă presantă, implicând gradul de credibilitate al fenomenului media, aflat în extensie incontrolabilă. Mai cu seamă azi când globalizarea „de esenţă mediatică" (adică *industrializarea secundă*) şi erodarea semantică a unor concepte cer imperativ o abordare critică.

*

Nimeni n-ar putea contesta rolul integrator al comunicării, valoarea ei de liant social. R. Escarpit nu spunea o noutate când observa că nu există socializare fără comunicare. Mai mult, orice comportament are valoare comunicativă, fie că privim chestiunea la nivel informaţional, fie că o examinăm relaţional. Şi dacă scepticismul filosofilor, postulând cândva imposibilitatea comunicării a pălit, prima dintre „axiomele" paloaltiştilor (Paul Watzlawick, J. Helmick Beavin, Don D. Jackson), preocupaţi de studiul non-verbalităţii susţine tocmai *imposibilitatea non-comunicării*. Azi, comunicarea e privită ca *metainstituţie* (J. Habermas) iar „organizarea comunicării" (J. Cazeneuve) joacă un rol decisiv în „funcţionarea" societăţii umane, satisfăcând şi legătura temporală în ştafeta generaţiilor (*time-binding*, după Weinberg).

Cuvânt pe buzele tuturor, așadar, comunicarea stârnit — firesc — și impulsuri taxinomice. Cine se ave turează în hățișul definițiilor va trebui să constate că *teor comunicării* are frontiere labile și raporturi în prefacere; trena confuziilor, controverselor, ambiguităților obligă la „partaj interdisciplinar" (5, p. 7) fără a potoli gâlceava. C în fine, etimologic cercetând chestiunea, acea „împărtăși de informație" prezintă un fericit *dublet etimologic* (5, p. 1 invitând la parteneriat, respingând tirania sensului unic. V lența comunitară și cea sacrală („cuminecare") cer retroacți Chiar dacă, se știe, comunicarea este ireversibilă și se spr jină pe raporturi de forță.

Când puneau la punct schema procesului comuni cațional (ulterior supusă rafinării metodologice), Shannon Weaver ignorau conținutul mesajelor; raportul cod/canal s dezinteresa de non-identitatea codurilor, provocând atâte distorsiuni. Or, percepția mesajelor este parțială, selectivă interpretativă dar niciodată integrală. Epoca noastră mult plică nemăsurat ocaziile de contact (conexiuni) prin dezvol tarea luxuriantă a circuitelor formale și informale. Se spun chiar că informația, devenind o resursă „autogenerabilă", s- democratizat, asigurând „dispariția privilegiului informa țional" (John Naisbitt). Dar, imediat, o observație se impune comunicarea presupune existența unei intenționalități. Fie c așteptăm un răspuns, fie că dorim *a schimba* (mărturit sa nu) comportamentul altora, fenomenul comunicațional n poate ignora nivelul efectelor. Cu atât mai mult în era comu nicării de masă, instaurând „societatea comunicării gene ralizate" (G. Vattimo).

Dar comunicarea de masă, se știe, este terenul predi lect al confruntărilor sociologice. Unii o văd ca „o fan tasmă"; masa se opune comunicării și doar grupul „funcțio nează" ca subsistem de comunicare. Pe de altă parte, colecți de indivizi care, sub protecția anonimatului și beneficiind d o largă agregare în țesătura unor relații fictive, primește, c masă nediferențiată, mesajele deversate nu suportă mecani

acestă influență: nu avem de-a face, în pofida difuzării masive, cu un public (publicuri) omogen(e) în gusturi și necesități. Masa nu are existență fizică. Iar câmpul pasional al dezbaterilor și abundenta literatură consacrată temei nu fac decât să prelungească dezacordul. Cert e că efectele sunt ambivalente, că procesul de comunicare se atomizează și că expunerea media, dincolo de sugestionare și manipulare, fără a ignora specificitatea publicurilor cultivă standardizarea și favorizează, prin accesibilitate, cultura „mijlocie".

Evident, comunicarea de masă presupune prezența *gate keeper*-ului (producător instituționalizat de mesaje); dar conceptul ca atare, de mare succes în anii '60, apelat în continuare abuziv (până a deveni chiar un „tic verbal") are — spune etnologul Denys Cuche (6, p. 112) — o „valoare euristică nesemnificativă". Imprecizia semantică și folosința excesivă nu fac decât să întărească acest dubios statut. O masă de indivizi nu există ca ansamblu omogen — observă tot D. Cuche — doar prin faptul că primește același mesaj (6, p. 111). Dezvoltarea mijloacelor de comunicare asigură în „era reproductibilității tehnice" (Walter Benjamin) „industrializarea" comunicării, ea devenind chiar modul de producție al acestei culturi, fără a mai distinge între *cultura pentru mase* și *cultura maselor*. Din unghiul receptării însă, ipoteza influenței autoritare, cu efecte aplatizante primește replica celor care, cu risipă de argumente teoretizează „atenția oblică" (de pildă, Richard Hoggart, 1957), convinși că particularitățile culturale ale fiecărui grup impun prudență și selectivitate. Altfel spus, în pofida interconectărilor în avalanșă receptarea nu poate fi uniformă.

Controversele, firește, vor continua. Vom recunoaște însă că industria culturală (Th. Adorno, M. Horkheimer) a devenit chiar cultura de masă a contemporaneității, cea care, prin serializare, sub ambalajul democratizării culturale, induce stereotipii de gândire și de comportament. Are acoperire, după noi, și teza „violului" mulțimilor (Serge Tchakhotine, 1939) după cum, dincolo de metafora „oche-

larilor roz" (Th. Adorno), filtrul clişeistic mediatic împiedică o percepţie adevărată a realităţii, conducând la conformism şi resemnare. *Piaţa mass-media*, asigurând reproductibilitatea formelor simbolice a devenit standardizată, cu o teribilă putere manipulatoare. E drept, prin industrializarea producţiei de mesaje „valorizarea economică a formelor simbolice" (John B. Thompson) cunoaşte o apreciabilă scădere a costurilor; un produs media este o marfă sau un serviciu. În plină opulenţă informaţională, astfel de „produse de flux" generează efecte perverse. Dispariţia structurilor comunitare conduce la o relaţionare lacunară. Funcţia „invizibilă" a culturii de masă priveşte tocmai, sub umbrela anonimatului, intimitatea individului depersonalizat, asaltat şi manipulat, dorind evaziunea. Fiindcă el are de-a face cu reprezentări, nu cu realităţi. Tehnicile de comunicare, în funcţie de natura medium-urilor, au limbaje specifice: ele sunt „creatoare de agendă" (M. McCombs, D.L. Shaw, 1972) şi, în acelaşi timp, modifică felul în care individul percepe lumea, schimbând sensibilitatea umană. Să ne amintim de celebra şi atât de blamata formulă a lui McLuhan: „medium-ul este mesajul". Dincolo de reproşuri (nu e cazul a le inventaria aici), teza sociologului canadian profeţea o schimbare de paradigmă pe care un E. Morin o numea *antropologie senzorială*. Firește, conținutul comunicării (Berelson, 1952) nu poate fi ignorat dar McLuhan atrăgea metaforic atenţia că media nu sunt doar transmiţător ci şi *modelator*, angajând nivelul intelectual dar şi cel psiho-afectiv. Ca să nu mai vorbim de mesajele subliminale. Iată, aşadar, că mass-media, aflate în „cursa" cinică pentru audienţă pot fi instrumente ale sugestionării, fabricând opinii şi fasonând comportamente (cf. R. Muchielli). Mai mult, mass-media — spune P. Bourdieu — au devenit un câmp în expansiune care impune celorlalte câmpuri culturale propriile sale constrângeri; e vorba, negreşit, de „constrângerea structurală a câmpului jurnalistic" (6, p. 64).

Nu putem tăgădui pericolul uniformizării în această recepţie de masă. Chiar dacă TV „fragmentate" (ca servicii specializate), în numele diversificării ofertei lucrează cu publicuri-ţintă şi speră la „demasificarea" audienţei. Televizorul este medium-ul predilect, acel „membru al familiei" care ne reîntoarce la tribalism. O „maşină de loisir pentru mase" (s-a spus), cu un formidabil impact, restructurând, finalmente, bugetul nostru de timp liber. Or, bugetul de timp nu este extensibil. Sacrificarea altor activităţi pentru a satisface teleconsumul se răsfrânge negativ. *Teletropismul* ne invită să trăim „prin procură", activând resortul emoţional. Seducţia subliminală (prin bombardament publicitar), dorinţa de evaziune, dezinformarea şi insignifianţa ne procură satisfacţii iluzorii; şi, până la urmă, întăresc sentimentul izolării sociale paralizând gândirea, voinţa, spiritul critic. Sugestibilitatea, întreţinută prin repetabilitatea sloganurilor simpliste conduce la efecte propagandistice prin violarea conştiinţelor. Vance Packard denunţase demult această „persuasiune clandestină", de o diabolică eficienţă.

Ca fenomen social *contextualizat*, comunicarea mediată ne face părtaşi la spectacolul lumii. Ea ar „reinventa" spaţiul public (susţin unele voci); accesibilitatea, iluzia participativă, evantaiul opiniilor, „apropierea" produselor media (de care pomeneam) ar putea fi invocate drept argumente forte. Şi până la urmă vom fi de acord că acest teleconsum este *localizat*; iar receptarea este o activitate „situată" (7, p. 42) invitând la negocierea conţinutului simbolic. Ceea ce nu înseamnă că prezumţia de mai sus se şi împlineşte integral şi întotdeauna. Mai aproape de adevăr ni se pare constatarea că *civilizaţia mass-media*, fundamental publicitară, conduce la depersonalizarea relaţiilor umane; se instaurează o „intimitate non-reciprocă" prin exploatarea comercială a mijloacelor de comunicaţie, favorizând cultura mijlocie şi perpetuând, de fapt, inegalităţile de acces. *Civilizaţia electronică* — spunea G. Friedmann — produce o nouă realitate. Forţa ei de penetrare, dincolo de magia tehnologică, de „puterea

simbolică" şi valorizarea economică, prin răspândire generalizată ne obligă la *o mondializare mediată*. Ceea ce înseamnă că lumea noastră în expansiune, în noul decor tehnologic, modelează nu doar percepţia ci chiar cursul evenimentelor; şi, în acelaşi timp, creează evenimente sau fixează priorităţi. Aşa privind lucrurile, *satul global* şterge deosebirile dintre *aici* şi *acolo*, instalându-ne într-o lume „alocală", începţoşând — zice J. Meyrowitz — categoriile sociale. Statutul de *telespectatori*, judecând superficial, intervine nivelator la scara globului. Totuşi, înşurubaţi în fotoliu, cutreierăm lumea. Abolind decalajele spaţio-temporale mass-media devin „multiplicator de mobilitate" (apud 7, p. 181). Sinele expansiv, mânat de curiozitate, prin *experienţa mediată* (delegată) îşi îngăduie o distanţare simbolică şi, pe fundal empatic, forţă critică în hăţişul interconexiunilor lumii postmoderne.

Să nu confundăm însă dorinţele cu realităţile. Expunerea la mass-media afectează modul în care indivizii intră în relaţie cu puterea şi autoritatea (7, p. 182). Spiritul critic e subminat de invazia valorilor consumismului în contextul globalizării comunicării. Comercializarea mijloacelor de comunicare le alterează caracterul într-un mod fundamental, afirmă net John B. Thompson (7, p. 75). Tehnici sofisticate servesc „administrării" opiniilor, făcând din scena politică un spectacol de legitimare prin „refeudalizarea sferei publice" (Habermas). Politica mediată, dezvoltând „managementul vizibilităţii" nu pare a agreea dezbaterea critică; exagerând, poate, pasivismul indivizilor „captivi", ea crede în forţa manipulatorie a mass-media.

Un proaspăt exemplu s-ar putea să fie şi convingător. Ne referim, firesc, la scandalul iscat de moartea expertului în microbiologie David Kelly, membru al echipei de inspectori (condusă de Hans Blix) deplasată în Irak. Cum bine se ştie, invizibilele arme irakiene de distrugere în masă, „inexactităţile" strecurate în mesajele preşedintelui Bush şi, îndeosebi, acuzele adresate cabinetului Blair de „inducere

premeditată în eroare a opiniei publice" au dezlănţuit presa mondială. Acele „dovezi clare şi convingătoare", obţinute prin valorificarea Rapoartelor serviciilor secrete (MI-6, CIA) s-au dovedit „gogoriţe": activarea arsenalului chimic în 45 de minute, varianta uraniului achiziţionat din Niger, legăturile cu reţeaua Al Qaida („uitându-se", brusc, incompatibilitatea dintre fundamentalismul islamic şi un regim baasist laic) nu vor putea fi nicicând probate. Pentru simplul motiv că nu există. Tony Blair, premierul „cu mâinile mânjite" şi-a năruit credibilitatea. Alaster Campbell, un cunoscut *spin doctor* (manipulator de informaţie) conduce încă serviciul de presă al primului-ministru. Dar D. Kelly, informatorul secret al BBC („cârtiţa") a plătit cu viaţa. Vor mai cădea, probabil, capete pentru acele informaţii „inadecvate" sau de-a dreptul mincinoase, livrate ca pretext pentru intervenţia în Irak. Cauza secretă, cunoscută de toată lumea este, desigur, „marea de petrol". Fostul ministru al apărării, Nicholas Soames, avea dreptate să denunţe „răul făcut cauzei americanilor de propriul lor comportament".

Iată, aşadar, doar o probă de ultimă oră, confirmând că societatea de consum produce pe bandă rulantă „false necesităţi" iar mediile de informare *false realităţi*. Intenţionalitatea ideologică, manipularea nevoilor, degenerarea capacităţii de gândire critică fac din comunicare — observa încă H. Marcuse — un instrument pentru controlul „temperaturii sociale". Iar în condiţiile sistemului medial, înlocuindu-l pe cel oral (consumul media fiind o variabilă a modernizării, cum nota Daniel Lerner în 1957; vezi *The Passing of Traditional Society*), mass-media sunt „producători de ideologie", prin utilizare compensatoare, informaţii stabilizatoare de sistem, sau dimpotrivă. Fiindcă sistemele comunicaţionale sunt indicatori şi purtători ai schimbărilor sociale, îndeosebi într-o societate în întregime mediatizată (Eliseo Veron). Bineînţeles, nu acreditâm ipoteza influenţei lor absolute (cum s-a întâmplat în 30 octombrie 1938 la CBS cu „războiul lumilor", dramatizarea povestirii lui H.G. Wells

iscând panică prin pretinsa „invazie a marţienilor") dar trebuie să recunoaştem că „linşajul mediatic" e oricând posibil prin toxinele dezinformării, sedus de „valoarea de piaţă" a informaţiei (vezi cazurile de „scenarizare": Timişoara, Panama, Kosovo etc). Or, în democraţie — explică Philippe Breton (apud 8, p. 82) — , unde posibilităţile de manipulare sunt numeroase, „dezinformarea devine regina tehnicilor". Supramediatizarea întreţine confuzia iar informaţia se transformă în spectacol.

*

Spărgând limitele comunitare, accelerând Istoria, societatea comunicaţională ne oferă, tacit, prin interdependenţa electronică a *satului global* o modelare „la distanţă", făcând din comunicare vehicolul globalizării. Dincolo de metafora „satului global", cercetătorii radicali nu s-au sfiit să denunţe însă *imperialismul mediatic* pe care ambianţa electronică digitală îl adânceşte prin noile relaţii de dependenţă. E drept, distanţele îşi pierd semnificaţia, circuitele comunicaţionale îmbrăţişează Planeta şi, astfel, circulaţia / difuzarea produselor media nu pare obstacolată. „Defizicizarea" e o realitate, comunicarea instantanee s-a impus prin „comprimarea spaţio-temporală", dar asimetriile lumii n-au putut fi corectate. Influenţând opinii, idei, comportamente, acest bombardament mediatic nu poate ignora potenţialul simbolic al comunicării şi, negreşit, resursele sale persuasive. Or, valoarea informativă nu atinge un etalon universal iar piaţa informaţiilor şi a intereselor fluctuează, exploatând posibilitatea de manipulare şi control în câmpul social. Poate că pluralismul media, producând mesaje alternative ar putea fi un antidot temperând fervoarea manipulativă. Dar o etică a comunicării e în suferinţă iar instituirea sistemului media, „curtat" prin *trustizare* şi *spectacularizare*, pare a favoriza tocmai avalanşa „derapajelor" mediatice.

Ni se pare evident că rolul proeminent al mijloacelor de informare obligă la o lectură a realităţii nu doar prin „lentile tehnologice". Era digitală l-a confirmat pe McLuhan, profetul din *Mireasa mecanică* (1951), brusc redescoperit. Dar uriaşul impact al ideilor sale a fost rezumat (şi deformat) într-o frază celebră şi mincinoasă: *the medium is the message!* Nu facem o reparaţie de senzaţie reamintind o propoziţie definitivă: nu există mijloc de comunicare fără conţinut. Iar a sublinia importanţa „conţinutului" ni se pare superfluu într-o lume media în mişcare. Mai ales că *message*, preluând un joc de cuvinte a devenit *mass-age* (era „maselor"), îndopate cu o cultură „fabricată pentru plăcerea imediată" (Gilles Lipovetsky, *L'empire de l'éphémère*).

Deşi mulţi s-au grăbit să anunţe emfatic „sfârşitul ideologiilor" sau, mai încoace, moartea „metanaraţiunilor", vestea — aparent potenţată de falimentul doctrinar al comunismului — nu s-a confirmat. Dacă înţelegem că fenomenul ideologic nu se restrânge la sfera politicului, această supravieţuire e deîndată explicabilă şi se anunţă longevivă; mai mult, chiar dacă recunoştea că ideologia contribuie la „falsificarea percepţiei realului", Jean-François Revel (v. *Cunoaşterea inutilă*) mărturisea franc: „e greu să trăieşti fără ideologie". Mai cu seamă azi când individul electronic, devenit *omul-mulţime*, se multiplică ameninţător, serializat iar mijloacele de comunicare exploatează nemilos potenţialul ideologic modelând mentalităţi şi dirijând, prin seducţie, energiile sociale. Realitatea pe care ne-o prezintă, cu inevitabile deformări, ideologiile răspunde, s-a spus, nevoii noastre de siguranţă mentală, hrănind iluzia unei înţelegeri globale. Cerinţă pe care Postmodernismul o pulverizează. Ca fenomen psiho-sociologic, iradiant la nivelul colectivităţilor, ideologiile au câştigat teren odată cu erupţia „vizibilităţii istorice" a maselor. Epoca maselor este epoca ideologiilor — s-a afirmat tranşant şi repetat; acest enunţ se impune cu forţa evidenţei, alimentând confruntările de idei, opinii, credinţe. Chiar dacă viaţa ideilor nu pulsează într-un sistem general,

ele (ideile) procură *viziuni ale lumii* (E. Morin) şi impreg
nează un context ideologizat, slujind nevoile de identificar
şi afirmare ale insului debusolat, flămând de certitudin
doritor să se afle — în orizontul său explicativ — la adă
postul unor generalizări liniştitoare şi ispititoare. Cerinţa d
a le aşeza sub control critic devine imperioasă dar rareo
operantă. Fiindcă ideologiile, mizând pe priza afectivă, fiin
construcţii „închise", se sustrag unui examen obiectiv, mane
vrând criterii controlabile; ele mimează discursul ştiinţific ş
resping noul ca informaţie perturbatoare. Departe, aşadar, d
pretenţiile unei ştiinţe „riguroase", *ideologia* se manifestă
credem, la două nivele: poate fi o doctrină închegată dar şi
prezenţă difuză, reziduală, demodată chiar (pentru unii)
Concept dezavuat, cum am văzut, ideologia — ca ansambl
sistematizat, coerent de idei — se raportează, inevitabil, la
societate globală. Ea maschează însă un conflict; ca siste
total, cu pretenţia universalităţii, ideologia se sprijină pe
bază reală care este o realitate „parţială". Între aspectul tota
(exprimat) şi cel parţial (implicit) al oricărei ideologii
funcţionând ca o „conştiinţă limitată", de clasă sau grup, cu
interese travestite (partinitate), anunţând însă o concordanţă
tendenţială cu globalul (obiectivitate) apar divergenţe care
obstrucţionează sociologia cunoaşterii. Dar tratând ideologia
ca fapt social vom reaminti că nici eticheta de „conştiinţă
falsă" nu se adevereşte întrutotul. Chiar Marx avertiza că
nici o doctrină ideologică nu este în întregime falsă.

Valul dezideologizării şi-a propus, oare, eradicarea
falsului? Nu putem subscrie acestui optimism declarativ-
debordant pentru simplul fapt că anunţarea sfârşitului ideolo-
giilor este, negreşit, tot un discurs ideologic (cf. J. W.
Lapierre, 1971). E drept, perspectiva clasială s-a estompat,
societatea abundenţei părând a marca triumful definitiv al
unei ideologii: cea a bunăstării. Încă S.M. Lipset în *Omul şi
politica* (1960) se iluziona că tehnocratismul stinge virulenţa
tensiunilor, noua eră, ştergând frontierele clasiale, dispen-
sându-se de „ideologii". Totuşi, dezvoltarea explozivă a

mass-media, favorizând descentrarea ne obligă să medităm
la corpul de idei (nu neapărat apărând o construcţie doc-
trinară) pe care discursul mediatic le disemnează prompt, cu
o mare eficienţă manipulatorie. De la mesajele potenţial
ideologice până la încorporarea lor reflexivă, în diferite con-
texte practice, *analiza formelor simbolice mediate* îngăduie
constatarea acestei masive intruziuni, oferită cotidian. O
observaţie esenţială, desfăşurând o viziune pragmatică pro-
punea John B. Thompson notând că astfel de forme sim-
bolice mediate „nu sunt ideologice ca atare" (7, p. 204) dar
servesc, în anumite circumstanţe, la stabilirea şi susţinerea
relaţiilor de putere; motiv de a solicita o „apropiere refle-
xivă" sau, mai exact, o cercetare critică. Mai ales că ideolo-
giile nu pot fi detectate întotdeauna în opinii şi credinţe
explicite; consacrând un ideal, stabilind o ierarhie de valori
şi orientând acţiunea umană, ideologia consumeristă pilo-
tează azi „proiectele de formare a sinelui" şi se răsfrânge —
din păcate, uniformizator — în comportament, vestimentaţie,
spaţiul relaţional etc. De prisos să mai subliniem importanţa
covârşitoare a mass-media sub aspectul efectelor, industria-
lizând spiritul. „Orientarea consumatoare" (E. Morin), prin
difuzare masivă şi adresabilitate largă degradează cultura
clasică (*civilizaţia mass-media*, prin valorile occidentale
încurajează, observa Zinoviev (9, p. 320) „un sistem al ten-
taţiilor"; iar trambulina mediatică, propunând o altă cultură
(*mass-culture*), limitată şi denaturată face din aceasta un
„mijloc de fixare" a ideologiei (9, p. 327), intrând în cir-
cuitul comercial, stimulând — prin pragmatismul infuzat —
goana achizitivă. Moraliştii nu contenesc să critice această
nivelare, sabotând criteriile estetice şi ignorând principiile
morale. Cultura devine un concept „contaminat"; iar
civilizaţia omoară cultura.

NOTE:

1. Bernard Miège, *Gândirea comunicațională*, Ed. *Carte Românească*, București, 1998; traducere de Maria Ivănescu. *Cuvânt înainte* de Mihai Coman.
2. Doru Pop, *Introducere în teoria media*, (Colecția *Universitaria*) Editura *Dacia*, Cluj-Napoca, 2002.
3. Tatiana Slama-Cazacu, *Stratageme comunicaționale și manipulare*, Ed. *Polirom*, Iași, 2000.
4. J.J. van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, *Știința comunicării*, Versiune românească și *Studiu introductiv* de Tudor Olteanu. Ediția a II-a. Ed. *Humanitas*, 2000.
5. Mihai Dinu, *Comunicarea-repere fundamentale*, Ed. *Științifică*, București, 1997.
6. Pierre Bourdieu, *Despre televiziune*, Ed. *Meridiane*, București, 1998.
7. John B. Thompson, *Media și modernitatea* (O teorie socială a Mass-media). Traducător: Miruna Tătaru-Cazaban, Ed *Antet*.
8. Ignacio Ramonet, *Tirania comunicării*, București, Ed. *Doina*, 2000; în românește de Matilda Banu.
9. Alexandr Zinoviev, *Occidentul – Fenomenul occidentalismului*, traducere de Nadejda Stahovschi, Ed. *Vremea*, București, 2002.

LIMBAJUL DE LEMN ŞI DISCURSUL MEDIATIC

„Democrațiile sunt în mare pericol în momentul când o putere nu are contra-puterea ei".
(Michel Rocard)

Dacă pornim de la constatarea — foarte la îndemână — că produsele culturii media nu sunt „un divertisment nevinovat" (cum, îndreptățit, sublinia Douglas Kellner; vezi [...] p. 115), rezultă că dependența de media, și ea o evidență, favorizează, fie și insidios, manipularea iar suprasaturația care ne asaltează nu încurajează o atitudine critică. Fără a fi, explicit, produse ideologice (în sensul coerenței și „purității"), astfel de produse standardizate, chiar „amalgamate", prin mesaje și efecte își dovedesc încărcătura ideologică măcar dacă avem în vedere, dincolo de controlul individului, impactul oprimativ și dominator, oricum persuasiv la scară socială. Ceea ce ar presupune un sporit activism media în noua *ciberdemocrație* tocmai în sensul unei educații media cultivând deprinderile critice și promovând un interes în creștere pentru formele alternative, frecventând și alte rute informaționale (ca sursă a schimbării) în contextul exploziei tehnologice. Pe de altă parte, sunt voci care, cu o înduioșătoare naivitate, cer o abordare „protecționistă", incriminând, îndeosebi, violența mediatizată. Întrebarea — de neocolit — privește putința (eficiența) unei asemenea recomandări. Cum mass-media au devenit un mediu de existență, altfel zis chiar „aerul social" al epocii, ambientul nostru, deci, e limpede că nu putem scăpa de o astfel de putere „apăsătoare", cotidian amprentată. Și nici de experiența mediată care ne marchează.

covârşitor, traiectul existenţial. *Alfabetizarea media*, id
dragă lui Douglas Kellner, ar încuraja exersarea facultăţil
critice, îndepărtându-ne — conform profeţiilor optimiste
de pasivismul consumerist pentru a face loc, după John
Thompson, unui veritabil „proces hermeneutic" în proces
receptiv, într-o combinatorie apăsat personală. Mă tem
evidentele sunt altele. Dacă degradarea loisir-ului nu poate
contestată, nici gestul incriminator, sub umbrela un
metafore totalizatoare („cultura excrementală", de pildă)
poate fi acceptat. Dar extensia canceroasă a societăţii
divertisment, serializarea galopantă şi impunerea „identităţ
de piaţă" (Kroker şi Cook, 1986) sunt realităţi de netăgăduit
conducând la implozia identităţii într-un acaparant vârt
informaţional, favorizând dezorientarea şi nesiguranţa
Supremaţia mass-media nu mai poate fi contestată. Noul ţi
de intimitate desocializează şi prin superficialitatea excitant
a noilor modele „învăţate" (norme, roluri, valori) întreţine
dependenţă dezinteresată de reflexivitate. Încât a inculca şi
consolida sentimentul responsabilităţii pare un imperativ a
epocii, punând „sub control" oferta mediatică, de o teribil
bogăţie de voci ideologice şi coduri în conflict. Pare posibil
Ne amintim, Şcoala de la Frankfurt a respins în totalitat
cultura de masă. Or, corespondentul ei de azi — cultur
media — „are viitor". Opinia aceluiaşi Douglas Kellner (
p. 392) nu poate fi zdruncinată, se pare. Dar soluţia între
văzută de sociologul american gravitează în jurul acele
obsesiv invocate pedagogii media de tip critic, cu „strateg
explicite de pedagogie culturală" (1, p. 393), frecventând
forme alternative de cultură. Cultura fragmentului, reamin
tim, prin atentatul la identitate (dezintegrarea subiectului
provoacă implozia sinelui postmodern şi ne aruncă în
dispersie şi incoerenţă. Cartea era cândva simbolul „culturi
de stoc" (Jean François Barbier-Bouvet). Azi, cultura „d
flux" întreţine un consumerism exacerbat şi o instabilitate
permanentizată, desacralizând lumea. *Media* sunt realul în
spectacol, forţând vedetismul meteoric şi nu fac decât să

[illegible] irealismul societăţii reale (G. Debord, 1992).
[illegible] electronică" are o certă „disfuncţie narcotică"
(Joseph Klapper, 1960), obligându-ne la a trăi „prin
delegare" (Jean Stoetzel, 1951), compensativ, seduşi de eva-
[illegible] (*escapist world*), retrăind o experienţă regresivă (J.
Ellul, 1987). Lumea media pare a umple vidul (Jean
[illegible]) iar consumul media, de neevitat, măreşte gradul
de dependenţă şi sporeşte *grupul V.* (al „violabililor", după
formula lui Tchakhotine, 1939). În fine, după atâtea vorbe
grele să mai adăugăm şirului de acuze un simptom de o
maximă gravitate: *dispariţia sensului*. Scena postmodernă,
de o năucitoare caleidoscopie marchează *ruptura* cu socie-
tatea tradiţională, acuzată de un organicism neguros şi ne
invită în hiperrealitate: ea, spuneam, pulverizează sensul,
fragmentarizează subiectul şi, nu în ultimul rând, pierde
legătura cu realul. Totuşi, poate fi ignorată cultura media?
Şi mai ales, suspendă ea ideologicul? După Douglas
Kellner, copios citat aici, ecranul mental postmodern ne
[illegible] într-un „deşert unidimensional de imagini" (1, p. 281),
oferind modele de identitate. E vorba însă de un individ
„diminuat". Fiindcă, ideologia divertismentului, dincolo de
conformismul elitist este de pură ventilaţie mentală, „aşe-
zându-ne" în stereotipie şi sărăcie ideatică. Şi dacă blamata
limbă de lemn slujea ca mijloc de mascare a realităţii
(deturnând comunicarea), nu mai puţin epoca mediatică, prin
indistincţia construită savant (hibridând realul) produce prin
standardizare şi infantilizare *teleintelectuali* (P. Bourdieu),
[illegible] chiar la planetarizare. Râvnitul caracter universal-
posibil (4, p. 57) al limbii de lemn capătă o ciudată con-
cretizare în societatea „de supraveghere", ivită sub para-
digma vulnerabilităţii. Aici rezidă, dealtfel, şi distincţia
fundamentală. Eroismul triumfalist, slujind tot o identitate de
grup (în cazul comunismului) face loc unui individualism
„precauţionist" al tehno-globalismului (5, p. 95), subminând
valorile tradiţionalismului. Dar în ambele cazuri recoman-
dabilă rămâne inserţia în „angrenaj". Cultura eroică recu-

noştea apartenenţa clasială (în sens marxist), piaţa mondializată a societăţii de consum, conştientizând riscurile (legate de diversitate, alteritate), fără a atenta la mentalitatea confortului (imposibil de a fi dislocat) procură mecanisme consolative, recunoscând omniprezenţa riscurilor şi, implicit, vulnerabilitatea insului. De unde nesiguranţa, apatia socială, regresivitatea emoţională, la adăpostul unor şabloane comunicaţionale şi comportamentale. Fiindcă raţionalizarea tehnicistă nu poate înlătura această anxioasă conştiinţă a vulnerabilităţii; extazul postmodern, până la urmă, interesat de „suprafeţe", produce „un nou tip de nivelare" (Jameson, 1984) înlocuind oferta polisemică, aptă de o bogată decodare. Centrată pe imagine, cultura postmodernă, chiar încurajând amestecul de stiluri pare a se dispensa de profunditate; în consecinţă, decodarea, trăind sub fascinaţia imaginilor, nu comportă dificultăţi şi în nici un caz nu provoacă o frenezie hermeneutică, saturată de ideologie. Conţinutul ideologic se rezumă la descifrarea frivolă a suportului narativ, subjugat de „piaţa de identitate" (1, p. 279). Şi atunci putem vorbi de o *critică ideologică* aplicată fenomenului mediatic? Subcultura tehnologiei de vârf a devenit copleşitoare, proliferarea codurilor narative — vidate, de regulă, de o dominantă culturală sub presiunea „comercializării" — încercând doar a oferi *individului electronic* ceea ce D. Kellner numea „efectul de real". Riscurile sunt imense deoarece *societatea spectacolului* încurajează masiv *teledependenţa*, implicit lansează invitaţia la superficialitate, promovând un terifiant *neo-analfabetism TV*, iar pe de altă parte, în „era standardizării" democraţia însăşi pare primejduită câtă vreme întârzie afirmarea unei contra-puteri, capabilă să blocheze efectele sociale media (persuasiune, manipulare) ori, dimpotrivă, desocializarea pe scară largă pe care o induce, cum s-a observat, noul tip de intimitate, tot de cauzalitate mediatică. Declinul comunităţilor organice este o evidenţă, iar peisajul media, aplicând „categoriile gramaticale ale interesului globalizat" (V. Nemoianu) se uniformizează. El, oricât, întreţine bulimia consumeristă pe fundalul unei atomizări sociale, stimulând individualismul agresiv, standardizat, aliniat unei limbi de lemn pe care discursul mediatic o cultivă dezinvolt şi o impune eficient, la scară planetară. Dacă aşa stau lucrurile, a discuta funcţia lui ideologică (voalată) devine chiar o necesitate.

*

Într-o lucrare monumentală (1951), încercând a descifra „originile totalitarismului" şi propunându-şi a identifica mecanismele care au făcut posibilă instaurarea unor regimuri totalitare (fie ele fasciste sau comuniste), fosta studentă a lui Heidegger şi Jaspers, Hannah Arendt observa că menţinerea lor convoacă acţiunea conjugată a propagandei (sfidând realităţile prin îndoctrinare) şi a instaurării teroarei, firească după preluarea puterii. Mai mult, Eugen Hadamowsky era de părere că „folosirea violenţei poate face parte din propagandă" (apud 2, p. 448). Cum propaganda totalitară, dovedind calităţi demagogice şi îmbrăţişând limbajul *scientismului profetic* (2, p. 459) evadează în ficţiune, e limpede că ea scapă de sub „controlul prezentului" (2, p. 454). Atât comunismul care anunţa triumfalist, în pofida unor eşecuri temporare, viitorul de aur (incontrolabil) în numele *verdictului implacabil al istoriei*, cât şi nazismul care flutura ideea *verdictului genetic* îşi propuneau să transforme chiar natura umană, nu doar circumstanţele socio-politice. Firesc, considerând în prelungirea convingerii pozitiviste, pe urmele lui A. Comte, nu doar că previzibilitatea e cu putinţă ci că ea devine infailibilă. Ceea ce se cuvine imediat semnalat în legătura cu propaganda totalitară ar fi teribila ei eficienţă, combinând — nota tot H. Arendt — scientismul ideologic cu tehnica profetică (2, p. 454).

Noi vom încerca, în cele ce urmează, să evidenţiem rolul *limbajului de lemn* în articularea şi folosirea acestui mecanism. Cu o precizare însă, probată deja: nu credem că

limba de lemn ar fi o exclusivitate a regimurilor comuniste, aşa cum sugerează Françoise Thom, o expertă în sovietologie. Cartea sa (*La Langue de bois*, Julliard, Paris, 1987, tradusă şi la noi, consideră că limba de lemn, cu fluxul malefic, ar fi „un produs jalnic al ideologiei" (3, p. 223) iar „ora perestroikăi" ar fi vestit o nouă fază a limbii de lemn (3, p. 230). Ca să fim drepţi, orice epocă îşi inventează limbaj de lemn şi el însoţeşte fidel societatea umană. Altminteri, colapsul comunismului ar fi condus şi la decesul acestui limbaj, ceea ce, din păcate, nu s-a întâmplat. Ca dovadă, înfloritorul limbaj de lemn al tranziţiei.

Dar noi nu ne-am propus aici să descifrăm „funcţionalitatea" limbajului de lemn în contextul regimurilor totalitare. Ne vom sprijini, bineînţeles, pe afirmaţiile redutabilei cercetătoare Fr. Thom, cea care afirma tranşant că „istoria limbii de lemn coincide cu cea a ideologiei" (3, p. 177). Evident, limbajul devine instrument al puterii şi se urmăreşte dominaţia prin limbaj, ceea ce ar fi (potrivit lui H. Schelsky, 1976) „ultima fază a sclavizării". Discursul, oferind o carcasă doctrinară devine mecanic, suferă de maniheism, polemism şi automatism, are o izbitoare monotonie şi este lipsit de spirit autocritic. Dacă limba naturală este anihilată de discursul ideologic, prin marxism — observă Fr. Thom (3, p. 206) — limba de lemn capătă „o vigoare nouă". Totuşi, Marx nu scrie într-un astfel de limbaj primitiv devenit instrument de luptă politică şi impunând, pe un ton belicos, *cuvinte-fanion*. Experienţa totalitară cultivă frenetic ficţiunile ideologice, folosind abuziv discursul hegemonic şi tehnicile manipulatorii, ascunzând realul. Canoanele *sovietului limbii*, de pildă, oferă un confort clişeistic divorţând de gândire (cf. 3, p.78) şi alunecă în vorbărie fiind, de fapt, un mijloc de mascare a realităţii în numele „logocraţiei populare". Suntem în plină *realitate discursivă* (ca să preluăm sintagma lui J. Baudrillard, sociologul francez denumind astfel societatea mediatică de azi). În ultimă instanţă, prin limba de lemn înţelegem frazeologia stereotipă, ace-

verbiu incremenită" impunând un stil standard, conducând la pasivitate şi disimulare, rod al intoxicării şi osificării. Vezi *Newspeak* (G. Orwell)[1], trăgându-se din „limba de lemn" (prozaic, figurativ) a lui Usakov (1935) şi cunoscând, prin anii '70, consacrarea sub eticheta de *langue de bois* (limbă negreşit, prin efecte, în lista stratagemelor comunicaţionale, impunând „tăvălugirea stilistică" (cf. Tatiana – Liviu Tănăsescu; vezi 4).

Statul totalitar are nevoie de un astfel de discurs politic, folosit abuziv, suferind de impersonalizare şi maniheism. Limba de lemn serveşte ca vehicul ideologic şi, în pofida stilului scientoidal (Zinoviev) e carenţată de un *dualism de bază*: pe de o parte, dezvoltă o imagine războinică, agresivă şi, pe altă parte, această fecunditate lexicală cade într-o sintaxă sărăcăcioasă, uniformizatoare. Idiomul sovietic, preluat în toate ţările—satelit eliberează acest şuvoi verbal golit de conţinut, pendulând între vigilenţă şi frică şi folosind cuvinte-clişeu (mobilizatoare, verbe la imperativ sau viitor, anunţând angajamente ferme), cu rol hipnogen (4, p. 75) evidenţiind stereotipii de gândire cu pretenţii de „incantaţie magică". Mascând realitatea, regimurile totalitare sunt astfel, în stăpânire limbajul, ridicând baraje cenzurale. Secătuită, limba de lemn devine „organul central al statului totalitar" (3, p. 142), oferindu-se ca discurs multiplicat, cu sens unic, dorindu-se „a îngheţa" societatea civilă. Ca instrument al unei ideologii, limba de lemn — omniprezentă — ocupă şi existenţa publică, servind drept tramplină carieriştilor şi impunând, la scara societăţii, *o*

[1] Nu doar în chingile totalitarismului putem devoala tarele limbajului (politic, îndeosebi), folosind masiv „cuvinte hipnogene" (4, p. 75). Acea *nouă vorbire* (Newspeak), propunându-şi o manipulare lingvistică în scopuri politice este la fel de prezentă şi în contextul libertăţii manipulate. Iată, Casa Albă — dovedea profesorul Joe D'Andrea — nu s-a dat în lături în cazul Irakului (dar şi în atâtea alte cazuri) de a proceda orwellian folosind vorbirea cu dublu sens (*doublespeak*).

pedagogie de lemn (3, p.142). Ceea ce nu înseamnă că astfel de categorii „de lemn" întâlneam doar în defuncta păsărească sovietică; societăţile hedoniste, explozive azi în numele unui consumism fără frontiere sunt, şi ele, private de spiritualitate, oferind o cultură epidermică, slujind *ideologia divertismentului* (ca supra-ideologie a epocii noastre). Logoreică, limba de lemn sfârşeşte prin a mima comunicarea. Ea evidenţiază, la o cercetare atentă, prăpastia dintre realitate şi limbaj (invocând, cu orice prilej, valorile supreme): energia verbală, astfel eliberată şi cheltuită păgubos, cade într-o „mare trăncăneală" (cum definea criticul M. Iorgulescu universul caragialean). Privat de funcţia critică, limbajul „de lemn", chiar „eliberat" de servituţile şi presiunile statului totalitar nu poate fi eradicat. Dincolo de cariera glorioasă la noi a unor cuvinte-cheie (Schimbare, Reformă, Tranziţie etc), asistăm, la nivel planetar, la impunerea unui limbaj mediatic „lemnos", infantilizând publicul. Cultura „de flux", oferind o avalanşă de imagini ne aruncă — potrivit lui Douglas Kellner — într-un „vârtej caleidoscopic de semiurgie radicală" (1, p. 281). Iată de ce studiile culturale sunt o armă a criticii sociale (1, p. 398) trezind capacitatea de discernământ în timp ce lava informaţională revărsată nemilos asupra noastră şi practica *zapping*-ului conduc, dimpotrivă, la atrofierea spiritului critic.

Limba de lemn ca „produs jalnic al Ideologiei" (cf. Fr. Thom) întreţine un gol ideatic. Hiperbolică, repetitivă, îmbibată cu îndemnuri mobilizatoare, ruptă de real şi pândită de parodie, ea serveşte manipulării, realizând o comunicare deturnată. Fiind o particularitate lingvistică existentă în orice dogmă / ideologie, limbajul de lemn şi-a descoperit potenţialităţile politice ale ideologiei prin conducerile totalitare. *Raţionamentul totalitar* oferă la tot pasul câte un „alibi retroactiv" (2, p. 458). Să ne amintim că în 1939 Hitler acuza financiarii evrei că ar intenţiona să declanşeze un război mondial, avertizându-i că astfel se va ajunge la anihilarea rasei. Sau că Stalin, în 1930, numea deviaţioniştii o

„clasă muribundă". În ambele cazuri, e vorba de o exterminare anunţată (profetizată), inserată însă unui proces istoric care va confirma aserţiunile conducătorilor. Încât, concluziona Hannah Arendt, locuitorii unei ţări totalitare nu pot fi decât executanţi sau victime (2, p. 606). Or, mijlocul de acţiune rămâne ideologia iar vehicolul ei — faimoasa limbă de lemn, paralizând spiritul civic. Să reţinem însă că toate ideologiile, ne asigură H. Arendt, cuprind elemente totalitare (2, p. 609). Firește, mişcările totalitare vor dezvolta maximal aceste potenţialităţi, *gândirea ideologică* având pretenţia unei explicaţii totale, cu aură de infailibilitate, aptă însă de a oferi previziuni veridice. Instaurând, aşadar, „tirania logicii" (ideologia fiind, literal vorbind, logica unei idei). Statul totalitar perfecţionează constrângerea terorii totale. Iar succesul dominaţiei totalitare ar fi asigurat de incapacitatea oamenilor de a face distincţia dintre realitate şi ficţiune, de neputinţa de a separa adevărul de fals. Limba de lemn a fost exploatată nemilos în acest sens şi s-a dovedit un instrument de o diabolică eficacitate.

*

O constatare la îndemână spune că cei ieşiţi dintr-un regim totalitar suportă „amprenta totalitară" şi acuză conflictul dintre presiunea formativă a statului-Partid (cu efecte perverse, încurajând minciuna, jocul duplicitar) şi rezistenţa pe care unii chiar au dovedit-o (6). *Personalitatea totalitară* (ca personalitate „dirijată", depersonalizată, rod al eforturilor propagandistice) ar fi tocmai produsul epocii totalitare. Trecând peste o uşoară inadecvare (poate fi omul „strivit" o Personalitate?) ne întrebăm dacă modelul de om nou, parţial internalizat, cum recunoaşte Dan-Ioan Dascălu (6, p. 235) poartă sigiliul totalitarismului şi manifestă, la scară de masă, un astfel de comportament? Parcă nu am subscrie unei atari concluzii pe care titlul ales o anunţă ca posibilitate. Dar pe

care, să recunoaştem, semnatarul cărţii nu o aruncă, imprudent, pe masa demonstraţiei.

Să trecem însă la fondul problemei. Dan-Ioan Dascălu purcede la o lectură în cheie psihosociologică a fenomenului totalitar şi constată că noul tip de personalitate, suportând severul control al regimului totalitar, fenomenele de masificare, persuasiune, manipulare traversează experienţa *resocializării* (6, p. 77). Modelul Omului nou — ca proiect ideologic — ţinteşte, de fapt, depersonalizarea. Iar internalizarea râvnită, angajând voinţa politică a sistemului rămâne — în majoritatea cazurilor — parţială, eşuând într-o adaptare/adoptare instrumentalistă (V. Havel folosind chiar sintagma de „autototalitarism social").

Să ne amintim că socialismul şi-a propus programatic omogenizarea socială. Altfel spus, o societate fără clase (ca obiectiv ideologic), rezultând un ansamblu amorf, manipulabil, obedient (6, p. 103). Este contextul totalitar un mediu prielnic multiplicării Personalităţilor? Dimpotrivă, câtă vreme vom accepta, presaţi de realităţi, că „funcţionarea capilară a puterii" (M. Foucault), sistemul carceral, gregaritatea, arbitrariul puterii totalitare impunând — după formula lui C. Milosz — o „gândire captivă" politizează viaţa socială şi ideologizează politicul, desfăşurând o „voinţă originară": cea care vizează transformarea radicală a ordinii sociale în funcţie de o anumită ideologie. Iar ideologia pusă la lucru de Partidul-stat avea nevoie de o pedagogie socială pe măsură. Idealul educativ viza, de fapt, înregimentarea. Personalitatea totalitară (ca personalitate modală) este o construcţie dirijată (A. Neculau, 1999), oscilând între internalizare şi manipulare, sub presiunea „influenţelor sociale", orchestrate de aparatul propagandistic. Această pedagogie inventată, fluturând idealul omului nou, dornic a se lepăda de „vechile obiceiuri", produce un individ de serie, adaptat noilor condiţii prin supunere. Contextul totalitar, observa A. Michnick, este un amestec de teroare şi promisiune socială, cultivând obedienţa. Individul, integrat în mecanismele socio-politic

devine un instrument, eliberat de responsabilitate morală; sau, ca să preluăm sintagma lui S. Milgram atinge „starea agentică". Dar conflictul, semnalat stăruitor de Dan-Ioan Dascălu, nu poate fi escamotat. Proiectul omului nou întâmpină o rezistenţă difuză sau coagulată, îmbrăcând haina unei false adeziuni. Încât, personalitatea totalitară, ca *produs* al presiunii unui regim forte face din ideologie doar „coloratura unui ritual al supunerii" (6, p. 237). Să fie vorba de un ins captiv, care s-a predat definitiv, îmbolnăvindu-se de conformism? Sau, poate, eforturile aparatului birocratic al Partidului-stat, modelând personalităţile prin depersonalizare, nasc efecte perverse, îndemnând la o domnie a minciunii (în dublu sens): pe de o parte, mistificarea realităţii (practică obişnuită a regimurilor totalitare), pe de altă parte ritualismul (înşelând puterea), alimentând, dincolo de aparenţe, o rezistenţă difuză dar lăsând urme în mentalul colectiv. Experienţa totalitară păstrează astfel de reziduuri traumatice şi subiecţii, chiar „neortodocşi" (în sens ideologic) fiind — după vorba lui J.P. Deconchy — rămân marcaţi, psihic şi moral.

Aşadar, pentru a rezuma demonstraţia d-lui Dascălu vom conchide că personalitatea totalitară este un produs al totalitarismului, nu o premisă (6, p. 9). Omul nou este un executant docil, un simplu instrument, un „obiect amorf". Ca „om de masă", personalitatea totalitară suportă impregnarea ideologică (cf. A. Neculau) şi, testând oferta de integrare, învaţă „codul supravieţuirii" (obedienţa, secretizarea, raportarea falsă, dezinformarea). Ne intrigă însă o aserţiune a autorului, convins că în regimurile democratice „fenomenul nu poate fi întâlnit". Vom încerca să demonstrăm contrariul, convinşi că masificarea nu este o invenţie comunistă. Şi, în paralel, acceptând (cu rezervele menţionate) formula *personalităţii totalitare* să chemăm la rampă *personalitatea mediatică*, acuzând, credem, o simptomatologie comună. Fiindcă, până la urmă, societăţile de masă (cunoscând disoluţia grupurilor primare, favorizând alienarea, sugestionabilitatea, interşanjabilitatea) sunt pepiniera totalitarismelor

(6, p. 101). H. Arendt este şi mai tranşantă: regimurile totalitare apar în societăţile masificate, ocupând — se ştie — scena Istoriei odată cu „era mulţimilor" (G. Le Bon). Dar totalitarismul ca mod de guvernare este un regim ideologic, instaurând teroarea. Chiar dacă aceeaşi H. Arendt distingea între caracterul totalitar al unui sistem şi „faza (lui) totalitară", controlul total presupus de un astfel de regim ne obligă să constatăm că „teroarea penetrează societatea în profunzime" (6, p. 31). Totalitarismul, evident, este un regim politic aflându-şi impulsul în „voinţa originară" (R. Aron), oferind un proiect ideologic şi asigurându-şi dominaţia prin represiune. „Caz patologic", după J.-Fr.Revel (1992), totalitarismul instaurează teroarea şi, prin ideologizarea brutală a societăţii, se autolegitimează. Presiunea regimurilor totalitare, fie ele de stânga sau de dreapta, asigură o dominaţie totală; firească, după ce promisa schimbare socială, fluturând proiecte utopice anunţă radicalismul. După ce un B. Mussolini anunţase şi experimentase „statul totalitar", interesul pentru fenomenul totalitar s-a relansat odată cu cercetările de anvergură iniţiate de H. Arendt (1951). Ca regim politic, totalitarismul este o „descoperire" a secolului trecut, dovedindu-se o temă atractivă şi alimentând apoi, prin sovietologie, o bogată literatură. Unii, acuzând tocmai balastul ideologic au pus sub semnul întrebării condiţia ştiinţifică a conceptului. Definit expres ca „regim ideologic" (cf. A. Besançon, 1995), totalitarismul, antrenând dramatice costuri sociale nu este doar fenomen politic. Aşa cum problema ideologiei nu poate fi privită, credem, doar ca opţiune raţională. O mişcare totalitară într-o societate atomizată exploatează tocmai bazele psihologice ale mecanismului „fugii de libertate" (E. Fromm). Există, neîndoielnic, o tendinţă spre supunere şi dominaţie, instalând apatia pe care o „profesează" acea *majoritate aţipită* (H. Arendt). După cum un caracter autoritar, setea de putere, fascinaţia ei ţin (şi) de zestrea genetică şi definesc structuri de personalitate care ar îndreptăţi eticheta *totalitaristă* mai degrabă decât cei care,

vieţuind într-un regim totalitar, îşi conştientizează neputinţa, insignifianţa, sfârşind prin a fi resocializaţi după o cură de depersonalizare.

Dar fascismul şi comunismul, deopotrivă, ca *ideocraţii*, pun mare preţ pe imaginea propagandistică, în divorţ cu adevărul. Rolul ideologiei în regimurile totalitare presupune, se ştie, un control total, asigurând monologul puterii în limbaj ritual. Logica gândirii ideologice cere imperativ controlul şi manipularea informaţiei, statul fiind „confiscat" de Partidul revoluţionar (unic). „Înghiţind" societatea, partidul strangulează comunicarea socială şi cultivă mistificarea. Introduce, altfel spus, propriul tip de „normalitate": apatie socială capitulardă, psihologia captivităţii, neobişnuinţa cu adevărul şi libertatea. Chiar mitul situaţiei ireversibile (A. Marino) câtă vreme regimul clamează zgomotos propria-i credibilitate şi imuabilitate.

Totuşi, chiar ideologie dominantă fiind (mai exact: unică), marxismul — ca „religie de substituţie" (M. Djilas) şi-a erodat în timp credibilitatea. El, ca „reflex al puterii" şi-a dovedit — cum cerea Lenin — combativitatea, utilitatea politică. Ritualizarea regimului comunist i-a şubrezit eşafodajul doctrinar, adâncind prăpastia dintre adeziunea entuziastă şi cea formală. Dar cum orice societate „secretă" ideologie, având doar legitimitate ideologică, regimul comunist a intensificat aberant educaţia ideologică şi a impus un sever *filtru ideologic*. Apropiată sistemului de credinţe, repudiată în urma colapsului comunismului şi dizolvării hinterlandului sovietic, ideologia de inspiraţie marxistă supravieţuieşte ca o *forma mentis* (G. Sartori). Sub formula de *totalitarism post-totalitar* (sau sistem post-totalitar cum numea, în 1978, V. Havel comunismul post-stalinist, ceva mai relaxat) ar trebui să includem nu doar experienţa totalitară descrisă în teoriile „clasice". Mai ales că J.B. Talmon vorbea de o „democraţie totalitară" (1960) şi, cu totală îndreptăţire, având în vedere eficacitatea mecanismelor de manipulare am putea identifica azi un *totalitarism media*. Şi pe acest temei o *personalitate*

mediatică, tributară industriei divertismentului (în fond o supra-ideologie, cum bine s-a observat). Infantilismul social (terifiant) al personalității e înlocuit, prin bombardament mediatic, cu un deprimant infantilism psihologic; tragismul de altădată face loc omniprezentei culturi „de divertisment" (chiar dacă nu e foarte sigur că ar exista în acest sens un ferm „proiect ideologic"). În fine, ștergerea distincției dintre adevăr și fals prin mistificare face loc în societatea mediatică hibridării dintre realitate și ficțiune. Șirul paralelismelor ar putea continua. Izbitoare ni se pare însă convergența efectelor uniformizante, multiplicând — în toate aceste variante — omul „de serie", depersonalizat. Sigur, vor exista voci gata să conteste așa-zisul mit al receptorului pasiv, victimă a invaziei culturii epidermice (a sub-culturii). Dar în *era tehno-culturii* (Scarpetta), într-o societate care face din informație o resursă-cheie, transmisia culturală a devenit cu adevărat accesibilă, democratică; o comunicare de masă, așadar. Cu precizarea că această cultură pentru mase nu se identifică cu ceea ce s-a numit cultura maselor.

Este de ordinul evidenței că atotputernicia divertismentului mediatic favorizează, la rându-i, pasivitatea socială, conformismul, evaziunea, „participarea imaginară" (E. Morin). Piața mediatică a devenit un narcotic social, iar divertismentul funcționează, repetăm, ca o supra-ideologie (Neil Postman). Să ne gândim apoi că veritabilul loc al culturii se află în acțiunile individuale (Sapir, 1949); antropologia culturală a exploatat intuiția lui Sapir și interacționismul și-a tăiat vad printre curentele în vogă. Și Margaret Mead era de părere că indivizii „constituie cultura"; ea rămâne un proces achizitiv și se resfrânge în comportamentele individuale. Oricum am privi cultura, ea nu este un dat, nu se transmite „ca genele", nota etnologul francez Denys Cuche (7, p. 66). Individul își „apropriază" cultura și efortul, se înțelege, nu este întotdeauna îmbietor. Exceptând expunerea media (TV, îndeosebi), și ea ritualică, care produce *teleintelectuali* (P. Bourdieu) pe bandă. Și care

îndreptățea semnalul de alarmă tras de unii analiști lucizi (Noam Chomsky, printre alții; vezi *Media Control*, Europa Verlag / Hamburg, Wien, 2002) pledând pentru un „sistem de autoprotecție" al cetățenilor dezorientați în democrațiile consolidate, nu mai puțin vulnerabile la fenomenele de masificare și manipulare.

Chiar dacă ne înecăm în informație (cum pare a crede J. Naisbit) nu putem fi „surzi la media". Poate că, totuși, R. Escarpit avea dreptate când denunța iluzia comunicării globale. Comunicarea de masă este, potrivit aceluiași, o fantasmă; veritabilul subsistem de comunicație ar fi *grupul*. Or, încercând o privire contextuală, dincolo de sistemele normative, regulile și convențiile funcționale într-un cadru societal dat s-ar cuveni să observăm că astfel de suporturi (grupale, clasiale) prezintă teribile inegalități (economice, sociale, politice). Și, desigur, culturale, abordarea interacționistă impunând termenul (impropriu) de *sub-culturi* și impulsionând, în avalanșă, studiile asupra comunităților (cu deja faimosul Robert Lynd, deschizând lista). Nu e un secret că sociologia americană a fost puternic influențată de antropologia culturală, „descifrând" prin lentila multiculturalității soarta valurilor de imigranți în societatea americană (receptoare), iar cultura globală (de referință) se situează, spun unii analiști, „la intersecția sub-culturilor" (7, p. 78). Așa fiind, ar fi cazul să medităm dacă nu cumva *cultura media* este cultura globală a epocii noastre.

În fine, *Instituția media*, stârnind interesul roiurilor de analiști este, nu încape nici o îndoială, o sursă de putere și o industrie. Ea impune un câmp cultural (în expansiune) și, mai grav, impune „propriile sale constrângeri" (P. Bourdieu). Apariția tehnicilor de comunicare moderne asigură democratizarea culturii. Și orizontalizarea ei. Fiindcă media, condiționând opinia publică și uniformizând gusturile slujește, cu egală devoțiune, fenomenelor de *masificare* și *mediocrizare* pe fundalul alienării. Și dacă *socializarea secundară* este un proces continuu, trecând prin desocia-

lizare şi resocializare (cum am văzut că se întâmplă cu *personalitatea totalitară*), nu mai puţin *personalitatea mediatică* suportă, după noi, presiunea unui alt totalitarism, invocând acum „puterea globală". *Totalitarismul media*, virulent în societăţile cu „identitate suplă" (Amselle, 1990) s-ar părea că refuză mono-identificarea (etnocentrismul). El cere însă o analiză „polemologică" a culturilor (2, p. 102), fiind vorba aici de raporturi de dominare culturală fără a beneficia, neapărat, de o superioritate intrinsecă. Despre acest imperialism media, o cruciadă devastatoare purtată în numele globalizării, vom mai vorbi însă.

*

Chiar stigmatizată, cultura media, văzută globalizator, se dispensează de constrângeri. Dependenţa de confort şi de consum, întreţinerea reflexelor consumeriste printr-o penetranţă de largă audienţă au atras şi un feroce val de critici, îmbrăţişând chiar o viziune apocaliptică. Democratizarea accesului a fost însoţită de sărăcirea conţinutului simbolic; încât *industrializarea culturii*, prin egalizarea şi orizontalizarea ofertei, decăzută la statutul de marfă, a marcat, de fapt, o pronunţată *despiritualizare*, impunând prevalenţa (supremaţia) criteriului economic. Altfel spus, invazia subculturală, confiscând interesul omului mediu a instaurat, insidios, o *cultură brutală* (E. Shils), vidată de reflexivitate tocmai prin „simplificarea conţinuturilor". Trăind sub presiunea etichetărilor negative, cultura media prosperă însă, sub auspiciile transconsumerismului. Critica industriilor culturale nu oboseşte în a blama deriva, insistând pe omogenizarea peisajului (în sensul prăbuşirii culturii înalte). Totuşi, existenţa unor câmpuri culturale (subculturi, în regim alternativ) nu poate fi tăgăduită. Dar calea către o nouă civilizaţie (hedonistă) urmează, se pare, reţeta euforică a divertismentului narcotizant. Aşa-numita cultură „de flux" aduce cu sine, instabilitatea, incoerenţa, fragmentarizarea, odată cu

planetarizarea galopantă a efectelor. În acelaşi timp, nu se poate să nu observăm că redistribuirea puterii şi a prosperităţii creează disfuncţii la scara planetei, agravând asimetriile lumii şi întărind relaţiile de dominaţie/periferializare. Implicit, de erodare a coeziunii sociale şi de atrofiere a funcţiei critice. Încât *sistemul media* (adică suma instituţiilor dar şi suportul ori tehnologia lor) cultivă, la adăpostul confortului clişeistic, o subtilă tehnică manipulatorie, într-un stil standard, de sărăcie lexicală şi gol ideatic. Noua limbă de lemn, plonjând în „realitatea discursivă" a lui Baudrillard ascunde, de fapt, realul tot sub ambalajul unor ficţiuni ideologice (e drept, mascate). Devenind un imperiu mediatic, SUA îşi exportă triumfalist modul de viaţă. Din păcate, preluările se fac pe latura superficialităţii, în numele unui integrism nivelator, servil, gata de a sufoca diversitatea, alungând spiritul critic. De unde şi alerta identitară, încercând, fals-salvator, un refugiu în etno-cultură, reanimând arhaicitatea în faţa tăvălugului globalizării. Culturile „tari", în prelungirea relaţiilor inegale de putere, omologate politic nu mai folosesc azi tezismul ideologic, de brutalitate doctrinară (precum coercitiva sovietizare) ci provoacă insidios, subliminal, reflexele consumeriste, de succes populist, câştigând bătălia. Nu mai e vorba, firește, de retorica dictaturilor ori de găunoasele clişee propagandistice ale învăţământului politic. Convingerea noastră e că limba de lemn nu a dispărut odată cu prăbuşirea regimurilor comuniste (cum pare a crede Fr. Thom, cea care oprea analiza la „epoca gorbacioviană"). Abia acum cultura media dobândeşte acel „caracter universal-posibil" (4, p. 57) şi îndreptăţeşte o privire critică, prin activarea unei ramuri în eclipsă: *pedagogia media*. Aşa cum, dealtfel, îndeamnă chiar unii analişti americani (cazul proeminent fiind Douglas Kellner), invitând repetat la efortul de alfabetizare a criticii media şi impunerea unui *control social* responsabil. Care ar fi însă contraputerea în stare să ţină în frâu explozia mediatică?

NOTE:

1. Douglas Kellner, *Cultura media*, *Institutul European*, Iaşi, 2001; traducere de Teodora Ghivirigă şi Liliana Scărlătescu. Prefaţă de Adrian Dinu Rachieru.
2. Hannah Arendt, *Originile totalitarismului*, Ed. *Humanitas*, Bucureşti, 1994, traducere de Ion Dur şi Mircea Ivănescu.
3. Françoise Thom, *Limba de lemn*, Ed. *Humanitas*, Bucureşti, 1993, traducere de Mona Antohi. Studiu introductiv de Sorin Antohi.
4. Tatiana Slama-Cazacu, *Stratageme comunicaţionale şi manipularea*, Ed. *Polirom*, Iaşi, 2000.
5. Ovidiu Hurduzeu, *Sindromul vulnerabilităţii*, în *Convorbiri literare*, nr. 1 (85)/ ianuarie 2003, p. 94–97.
6. Dan Ioan Dascălu, *Personalitatea totalitară*, *Editura Didactică şi Pedagogică*, Bucureşti, 2002.
7. Denys Cuche, *Noţiunea de cultură în ştiinţele sociale*, *Institutul European*, 2003; traducere de Mihai-Eugen Avădanei. Prefaţă de Camelia Grădinaru.

CULTURĂ ŞI „IRADIERE" IDEOLOGICĂ

„Sparta antică era un stat militar. Anglia de la mijlocului secolului al XIX-lea era primul stat industrial al Europei. Astăzi, Statele Unite sunt primul Media State din istoria lumii."

(Kevin Phillips)

Se spune (şi nu fără temei) că micile naţiuni au avut şi au mari „probleme". În spaţiul european afirmaţia pare valabilă, îndeosebi, pentru lumea Sud-Estului, suspectată de intoleranţă şi reacţii etnopatologice, supusă — observa Al. Zub (1) — hipercriticismului (cu inevitabile avarii imagologice), încercând acum o reabilitare prin regăsirea proiectului europeist. Nu discutăm aici injustiţeţea etichetologiei, inventând opoziţii rigide prin „lectura" inadecvată a realităţilor. Ca „regiune culturală" (T. Vianu), zona balcanică este mai degrabă una a interferenţelor: e drept, o zonă mozaicată, frustrată, întârziată, acuzând presiunile politicului în intervalul comunist, obsedată acum, în „penibila tranziţie postmodernă" (1, p. 14), de discursul identitar pe fundalul exploziv al alterităţilor etno-culturale.

Pornind de la aceste observaţii (foarte la îndemână, dealtminteri) dorim a lămuri câteva aspecte legate de supravieţuirea culturilor „mici", supuse bruiajului ideologic „de export". Soluţia, evident, nu poate fi refugiul în alt spaţiu spiritual („fuga din Balcani", de pildă sau iluzia că ţinem de „centralitatea" europeană). Dar rezistenţa, în timp, se poate dovedi izbăvitoare; vom face demonstraţia readucând în atenţie o mai veche polemică, mascând abil un mesaj revi-

zionist. Şi întrebându-ne dacă în noul context, dominat de *cultura media* (ca mod de viaţă, oferind „un mediu cultural înşelător", cu o ideologie „implantată"; vezi 2, p. 14), hibridând culturile şi antrenându-ne în demenţiala cursă a consumului un astfel de refuz mai e cu putinţă.

Eseul lui Milan Kundera (1984) *The Tragedy of Central Europe* care, se ştie, a iscat abundente controverse şi a sugerat o viziune nouă (spiritualistă, în esenţă) recunoştea că divizarea continentului perpetua o situaţie tensională. Sovietizarea Europei de Est prin exportul de revoluţie (în pofida liniştitoarelor promisiuni staliniste) a condus la o Europă bipolară. Cele două paradigme, în conflict ideologic, au generat în spaţiul central-european şi frământări de alt soi; animate de credinţa orgolioasă că sunt *o parte a vestului* (apartenenţa fiind organică), ţările Europei Centrale au încercat *desprinderea de est* refuzând, deci, o civilizaţie de import şi cleştele sistemului totalitar, impunând „echilibrul terorii". Au izbucnit astfel, de-a lungul anilor, în aşa-numitul *hinterland sovietic* numeroase tentative de „eliberare" pe care Occidentul, cu vădită ipocrizie, le-a taxat ca fiind o nesemnificativă „gâlceavă de familie" (*querelle de famille*, după vorbele lui de Gaulle). Mai apoi, germenii gorbaciovismului au debordat limitele sistemului pretins infailibil: exportată şi ea, perestroika a consfinţit decesul despotismelor ideologice ale secolului, prăbuşirea comunismului însemnând — crede Francisc Fukuyama — *sfârşitul Istoriei*. Dar optimismul politologului american, convins că triumful liberalismului parafează, la scara Istoriei, un *epilog global*, de un izbitor finalism raţionalist are, deocamdată, o bază şubredă. Frământările care întreţin o veritabilă dezordine mondială sunt departe de proiectata *Lume nouă* în care rivalităţile ideologice ar fi sucombat. Negreşit, iată, intrarea în *post-istorie* (ca să folosim termenii lui Fukuyama) este legată de naufragiul comunismului; şi, pe bună dreptate, politologul avertizează că nu doar falimentul economic a condus la acest deznodământ precipitat, pulverizând utopis-

mul politic. „Sfârşitul Istoriei", îmbrăţişând teleologia istorică hegeliană, pune în discuţie statutul fiinţei umane, dorind a limita injustiţia şi a anihila orice recidivă autoritaristă. Profeţind ascensiunea liberalismului (şi destinul unei idei „triumfaliste"), cartea lui Fukuyama *Sfârşitul istoriei şi ultimul om* este, dincolo de vogă, martora euforică a *decomunizării*. Eseul lui Kundera, ne amintim, nu îndrăznea să spere că acest proces va fi cu putinţă; el visa, cum spuneam, pentru spaţiul central-european o desprindere de Est, divorţând de ideologia comunitară, comunismul însemnând „deprivarea naţiunilor de esenţa lor". Vroia, aşadar, un destin occidental, posibil printr-o explozie culturală. Să notăm, parantetic, că în două veritabile studii *(Există Europa Centrală?*, 1986 şi *Imperiul în declin*, 1988), Timothy Gordon Ash sancţiona acest „scenariu mitopoetic". Iată însă că utopicul proiect, mai puţin preocupat de un program social-politic, invocând însă, repetat, memoria colectivă pregătind un răspuns cultural a prins chip. El a fost sprijinit şi de alte iniţiative; cazul sociologului György Konrád care în *Antipolitics: An Essay* schiţează ideea unei *politici antipolitice* (antisocialiste, de fapt) impunând un dualism al puterii. Astfel, apariţia unei societăţi civile (independentă faţă de structurile politice) va putea, finalmente, să schimbe sistemul, lichidând şi lunga alienare a Europei Centrale, anulând prin convertire culturală graniţele din 1945. Fiindcă, pentru Kundera (şi mulţi alţii), *Europa este doar Vestul*. Rusia, exclusă din Europa, înseamnă *o altă civilizaţie*. Fiind un „Occident sechestrat", ţările din *Mitteleuropa* se revendică de la un orgolios fenomen spiritual, considerând că o viziune europeană poate fi cultivată *doar aici*. Aşadar, dacă factorul politic le-a împins pe orbita Estului, culturalicește ele aparţin de Vest împotrivindu-se „iradierii ideologice" şi unui *destin deviat*. Negreşit că ofensiva bisericii catolice a stimulat potrivnicia faţă de ideologia „slavă"; de altfel, *bariera religioasă* (consfinţită prin ivirea, în anul 860, a Bisericii creştine bicefale) a prefaţat divizarea continentului

chiar dacă, în timp, contextele geopolitice au suportat prefaceri radicale. Să nu uităm că în centrul continentului era cândva Imperiul Habsburgic. Avalanșa discuțiilor despre acest „Occident sechestrat", invocând liantul unui fenomen spiritual și fluctuația granițelor „imaginare" nu este străină de intenția reajustării hărților. Chiar dacă, aparent, n-ar fi vorba de o Europă geografică ci de o spiritualitate „deviată" nu trebuie să ignorăm ceea ce un alt sociolog numea „partea ascunsă a problemei". Unde ar fi, așadar, Europa Centrală? Ce înțelegem prin această bătătorită sintagmă? Nostalgia Europei Centrale încearcă multe spirite, invocând un spațiu gravitațional și un fost imperiu de „neînlocuit"; este vizibilă intenția refacerii Europei Centrale, în sensul unei mișcări culturale de amploare, asimilând o familie de popoare „egale în drepturi" într-o singură națiune „mai mare". Iată un vis care rămâne, spunea Fr. Palacky, „viu și puternic".

Să fie doar un nevinovat vis? Întotdeauna, acest spațiu — o zonă-tampon între Germania și Rusia — a fost nesigur, vulnerabil, deschis poftelor anexioniste. O zonă care a afișat aroganța pangermanismului (eșecul lui fiind considerat „pacostea Europei") dar și trufia maghiară, atinsă de un ciudat bovarism național, fluturând psihoza imperială. Deși în contul a ceea ce numim *Mitteleuropa* s-a vorbit de „puritate spirituală", scepticism și toleranță, vacarmul triumfalist instalat după eradicarea tarelor totalitarismelor, aruncând Europa de Est într-un vid ideologic pare contaminat de „rebalcanizare" și demonul naționalismelor. Manipularea sentimentului național în cadrele fostului stat-partid reactivează, pentru fiecare țară în parte, viziunea maniheică în imagologie, caracterologiile naționale colportând prejudecata „celuilalt" (ca dușman „ancestral") și inflamând „naționalismele chiriașilor coabitanți". Încât vechile *konkurenz-nationalitat*-uri (naționalități „concurente") întrețin pofta încăierărilor, stimulând fricțiunile etnice; de unde și interesul pentru redesenarea hărții continentului.

Dar ceea ce numim Europa de Est (sintagma în care „fiecare vede ce vrea", cum se pronunța Danilo Kiš), cândva „o redută spirituală", a cunoscut — odată cu destrămarea Imperiului — sentimentul agoniei, cutreierat de sonuri funebre. A devenit acest spațiu un *loc epuizat*, „vesela apocalipsă" invitând la căutarea unui *Nou Centru?* Așa s-ar părea din moment ce Novski (celebrul Boris Davidovici), un „internaționalist feroce", devenit — după o „documentare" în Gulagul sovietic — „o cochilie goală de om", poposește în capitala Revoluției mondiale; din moment ce *în noua Lume*, populată de anarhiști, iluminând Utopia (și dezvăluind, astfel, un univers carceral) totul poate fi (și trebuie) citit cu semnul invers. Manipularea biografică e un procedeu la îndemână: anii misticismului revoluționar fac loc terorismului stalinist încât *migrația Centrului* (acceptând frontierele laxe ale unui concept nebulos) nu face decât să confirme prăbușirea succesivă a Utopiilor.

Stalinismul expansionist a împins granița „Imperiului extern" spre vest; conflictul dintre politic (cu galeria sinistră de dictatori și torționari) și cultural (nutrind un „vis periculos") trăia, mascat, sub umbrela invocatului *fatalism istoric*.

Așadar, ce definește sau ascunde Europa Centrală? Care este conținutul acestei sintagme, manevrată cu dezinvoltură de unii, preluată voluptuos de alții, dedați exercițiilor nostalgice, plutind — dezorientați — în ceața tuturor confuziilor? Ce încărcătură are acest *concept-idee* încercuind o zonă nedefinită de mici națiuni, aflată (după Milan Kundera) între Rusia și Germania? Dacă această familie de state mici, apăsate de *nesiguranță*, își iroșește — într-o Europă fărâmițată — energia națională în lupta pentru supraviețuire, cum am putea exclude din acest grup tocmai România? Dacă aceste țări, *outsideri* ai Istoriei, au înțelepciunea de a nu risca (evitând o sinucidere), atunci România, amenințată de atâtea potrivnicii, este chiar un exemplu convingător.

Dar Europa Centrală este, înainte de orice, zic partizanii sintagmei, *un refugiu spiritual*, o moştenire culturală; chiar un bastion ideologic (după E. Bussek). Să pornească de aici o cruciadă împotriva Răsăritului? V. Havel era sceptic în această privinţă şi, de altfel, nici nu găsea necesară o astfel de iniţiativă. Cândva, aşa-numitul *plan Churchill*, ţesut în jocul culiselor diplomatice, năzuia spre un „cordon sanitar", protejând — firește — propriul Imperiu faţă de ameninţările Golemului de la Est. Kundera crede că Europa Centrală a concentrat dramele continentului şi că periclitarea identităţii a favorizat (ca soluţie salvatoare) combustia culturală, provocând marile explozii. Dar nu este drept de a invoca, obsesiv, doar ameninţarea forţei ruseşti. În fapt, înainte de a trece sub aripa rusească, Europa Centrală a fost anihilată de nazism: şi dacă „spiritul slav" s-a întins peste blocul sovietic în numele unui ficţiuni lingvistice (cazul României şi al Ungariei), merită o discuţie amplă, cu probele la îndemână, nu doar deciziile samavolnice ale „centrului imperial" (György Konrád) ci şi reacţia internă la pericolul „rusizării". Târgul de la Yalta a spulberat iluziile. Dar nu trebuie să fabricăm, la infinit, *scuze istorice* — nota, într-un eseu-replică (intitulat *Cealaltă civilizaţie*) Milan Šimečka. Intrate pe orbita rusească, aceste ţări invocau mezalianţa cu Occidentul încercând — în pofida vocaţiei „demonice" a Centrului — a-şi păstra occidentalitatea. Confuzia (voită) dintre ideea imperială şi comunism uită că Rusia dorea dintotdeauna să devină o „monarhie universală"; iar comunismul însuşi, departe de a fi o moliimă rusească, pare un *fatal import* din Occident (observa Soljeniţîn). Încât *rusificarea comunismului* prin experimentul sovietic a trezit, în pofida declaraţiilor triumfaliste, a apologeticii de partid reacţii violent-nihiliste, mergând până la exorcizarea Rusiei. Dar ne putem întreba: nu cumva prin monolitizarea Imperiului şi încarnarea ideii, rușii sunt, de fapt, prima victimă a comunismului? Şi apoi, ivirea Rusiei comuniste, cu acelaşi apetit hegemonic, ce poate să însemne: *negarea Istoriei ruseşti sau*

împlinirea ei? Interogaţia lui Kundera rămâne în picioare. scriitorul ceh (citat stăruitor în cercurile apusene pentru faimosul eseu din 1984, tipărit în *The New York Review of Books*) vorbind de „abaterea destinului" ţărilor central-europene, expuse *viiturii barbare*. Mai puţin cunoscut (ca să nu spunem ignorat) este eseul lui Milan Šimečka (amintit mai sus), o replică, cum spuneam, la *Tragedia Europei Centrale*: în *Cealaltă civilizaţie*. Šimečka observă că, doar aparent paradoxal, Rusia s-a apropiat de Europa prin comunism, o idee preparată şi testată, ştie oricine, în laboratoarele vestice. E drept că după cel de-al doilea război mondial Europa s-a divizat, primind o coloratură ideologică. Dar poate fi, astfel, Rusia exclusă din Europa sub eticheta unei „alte civilizaţii", impenetrabilă (cum o consideră Kundera)? Şi apoi este (a fost?) totalitarismul de tip sovietic, în pofida presiunilor centrifuge, unicul pericol? V. Havel denunţa, de pildă, *escatologia impersonalului*, gravul pericol al pierderii dimensiunii umane, ameninţând întreaga omenire, indiferent de războiul ideologiilor. Asalt întreţinut cu fervoare de *media*, să recunoaştem.

Ospitalitatea ideologică a Estului, chiar dacă nu a atins tensiunea dilematică a lui Castro (*Socialismo o muerte*), a acceptat — până la capcana perestroikăi — virusul marxist. Ca mitologie aplicată, comunismul a prelungit coşmarul istoriei într-o utopie laică, promisă unui viitor incert. Or, a guverna — după Hobbes — înseamnă a face să se creadă ceva: *Gouverner c'est faire croire!* Mitul comunist ca idee socializată (Regis Debray) s-a degradat treptat, ajungându-se la decomunizarea Estului. Asistăm, aşadar, la falimentul unei doctrine?

Acelaşi Debray, atent la prefacerea contextelor, studiind drumul anevoios de la idee la praxis (adică de la simbolic la politic) vedea în *Cursul de mediologie generală* consacrat Istoriei doctrinelor (aşadar, genezei *isme*-lor, supuse riscului *–izării*, cum suntem preveniţi) că discreditarea lui Marx, un autor „demonetizat" acum, are semni-

ficaţia unei *deziluzii simbolice*. Sugestia unei *mediologii* merită toată atenţia şi invită la interogarea contextelor: de ce, adică, o anume idee germinează (cazul unor curente de gândire: creştinism, freudism, marxism ş.a.) în timp ce altele, nu mai puţin ispititoare, se sting în magma virtualităţilor? De ce, altfel spus, unele teze îşi dezvăluie doar latenţele, anunţând probabilităţi ale Istoriei, fără a deveni act, fără a-şi dovedi puterea spiritului încorporat acolo, privându-ne, astfel, de ceea ce Debray numeşte *variaţii eidetice?*

Iată, aşadar, destinul ideii comunismului, doctrină „încarnată" prin jocurile balanţei Istoriei, ghilotinată acum prin *decomunizare*. Dacă *cristianizarea*, în pofida atâtor oprelişti, a rămas o axă morală, ce asigurări am putea avea că *marxizarea*, în evident recul, a sucombat? Dar, pe linia acestui raţionament, ar trebui să notăm că privirea nostalgică a lui Kundera sesiza elegiac-maniheic tocmai *dispariţia Europei Centrale* prin infuzia marxistă. Europa Centrală, anunţa inflexibilul scriitor ceh, este cultură sau destin: *este, deci, vina Europei Centrale că Occidentul nici nu bagă de seamă că ea nu mai există?* Că ea, deviindu-şi destinul, a fost „smulsă" din Europa?

Nu comentăm aici abuzurile acestui raţionament, sfidând Europa geografică. E drept că „barbarizarea lumii" (Franz Werfel) privea absurditatea politizării, nebunia ideologică şi, deci, râvnita protejare a culturii, îndepărtând pericolele iscate de virusul marxist; dar, să nu uităm, blocurile rivale gândeau exclusivist-ideologic într-un câmp de mare varietate culturală iar *revoltele* central-europene aveau ca adresă regimurile politice instalate aici prin „argument" militar, replicând în forţă, anihilant nucleului opozant. Şi apoi totalitarismul estic a cunoscut relaxări şi variaţii, de la atmosfera respirabilă (cazul Ungariei) la dictatura grotescă în ultimii ani ceauşişti!

În vremea din urmă, cu deosebire până la erupţia anticomunistă, viaţa publică în spaţiul central-european părea *inundată de nostalgie*. Refugiul în trecut însemna,

vizibil, *utopizarea trecutului*. Încât, *il mito absburgico* (Claudio Magris), glorificând ideea imperială şi sentimentul supranaţional, părea a reactualiza chiar defunctul imperiu, întreţinând în diverse cancelarii pofta redesenării hărţilor europene. Cazul flagrant nu este Austria (din întâmplare, neutră, făcând eforturi de a-şi căuta identitatea după faza exilării naţionalismului arian) ci *ungarismul*. Să invocăm aici tranşanta afirmaţie a lui M. Kundera: „Oamenii Europei Centrale nu sunt cuceritori". Aşa să fie? Nu este Hitler produsul *par excelence* al acestei civilizaţii? „Implacabila aberaţie" (cum o califică Milan Hauner într-o *Scrisoare deschisă* adresată revistei *The New York Review of Books*) se explică prin zelul nostalgic şi apetitul metaforic. Kundera, un „insolit literat ceh din emigraţie" (aprecierea e tot a lui Hauner) este „posedat de emoţii" şi deci, poate, pe acest temei, să răstălmăcească Istoria. Cel ce publica în 1981 *Pariul ceh*, slăvind pe merit înfloritoarea ramură central-europeană, nu poate ascunde adevărul istoric îndărătul unei „metafore temerare". Cum se împacă, oare, viziunea profetică cu mesajul revizionist, întreţinut de concepţia „imperialismului necesar"? Ofensiva propagandistică maghiară se îmbată cu iluzia unei alte misiuni (şi meniri) civilizatorii. Ungaria fiind însăşi „inima Europei". Iată, în *Transilvania – trecut şi viitor*, publicată în 1943 la Geneva de tandemul Bajcsy-Zsilinsky (şi apărută la Budapesta chiar în tălmăcirea lui Arpád Göncz!) romantismul istoric face loc unei revanşarde proze fabulatorii, afişând un nestins dispreţ pentru românitate. Egolatria unei naţiuni este împinsă la marginea incredibilului: invocându-se obsesiv „diferenţa penibilă" dintre cele două popoare, se consideră că Transilvania trebuie repusă sub stăpânirea Sfintei coroane ungare.

Din păcate, au existat în Istoria noastră generaţii dispuse la trădări şi cedări. Putem aduce în discuţie şi cazul Basarabiei; putem invoca, mai încoace, laşitatea colectivă favorizând delirantul cult ceauşist, insinuând teroarea — după preceptul leninist — drept mijloc de convingere. Şi

astfel, varianta *comunismului balcanic* (amestec între stalinism şi caragialism) a tribalizat societatea sub modelul despotismului asiatic. Statul politic devenise la noi, cu adevărat, „capriciul personal" al unui individ, stăpân discreţionar peste un univers insular. Secretomania, suspiciunea, ţesătura intrigilor şi controlul absolut hrăneau o autocraţie voluntară, blocând orice reformism propus de elita „conspirativă". Dar la noi *inteligenţa de partid* părea mulţumită (câtă vreme îşi conserva privilegiile) de cursul autonomist al politicii româneşti; n-au fost cazuri de eretism neo-marxist; cultura politică, în contextul mecanismului opresiv (încurajând involuntar „dublul limbaj") părea a se fi consolat cu ideea eternităţii sistemului, favorizând doar un „eroism larvar". Mai mult, Partidul Comunist a traversat o prelungită criză de identitate, având o importanţă periferică în ilegalitate. Căutarea legitimităţii naţionale prin resuscitarea patriotismului (1964) şi inventarea unei tradiţii (care să justifice hegemonia) n-au depăşit cadrele unei „relaţii problematice"; o dată cu degradarea utopiei (proces care defineşte orice ideologie) s-a produs doar saltul de la naţionalismul „umil" (de prin 1958) la *etnocentrism* (comunismul naţional). Dar n-a fost nicicând vorba de un marxism critic (heterodoxie) ci de o permanentă răfuială a noilor lideri cu predecesorii prin vehicularea alternativelor revizioniste, de o continuă rescriere a Istoriei din perspectiva unui prezent lunecos, erodând blindajul doctrinar al unui marxism rigid. Vintilă Horia vorbea în *El Mercurio* (ianuarie 1991), pe urmele lui Dragos Kalajič, de *socialismul dadaist* închizând „porţile înţelesului". Ceea ce s-a întâmplat în România este, într-adevăr, foarte aproape de idealul dadaist.

Pe de altă parte, putem invoca (ceea ce, iarăşi, s-a făcut) şi „opresiunea supraetajată". Dacă românii nu au putut face cultură întotdeauna în sensul occidental al cuvântului, motivaţia — explica Mircea Eliade — e că n-au fost lăsaţi să o facă; deci nu de neputinţă ar fi vorba ci de împrejurări vitrege, mereu şi lamentativ invocate, chemate să lămurească

ceea ce un Cioran numea „vocaţia eşecului". Dar şi atunci când ţara rămăsese „fără ruşi" (adevărat, în condiţiile victoriosului transplant politic), obedienţa noastră proverbială în aliaj cu isteria naţională păreau a confirma diagnosticul lui Paul Goma: *România s-a ocupat singură!* Să fie România, cea pe care o visăm, *o iluzie imposibilă?* Siguranţa unui sceptic vizionar (cum a fost, indiscutabil, Cioran) se clatină, nădăjduim, în faţa acestei dureroase interogaţii.

*

Cum obsesia identitară întreţine o largă meditaţie ţintind specificul şi diferenţa ca preocupări de fond ale reflexiei româneşti, suntem îndreptăţiţi să observăm că polemica asupra formelor fără fond („trecută", să notăm, prin dreapta radicală şi comunismul naţionalist) continuă, fără a da semne de stingere a interesului ori de sleire a temei. Negreşit, „formele fără fond" aveau, se zice, raţiunea lor. O astfel de adoptare şi adaptare „prematură dar imperativă" obligă la dependenţă şi cere *un anume format politic*, scria Jowitt, adică un „idiom organizaţional şi ideologic", în absenţa căruia întârzie recunoaşterea internaţională. Or, gestul de a fi recunoscut pe plan extern are drept premisă un comportament politic compatibil cu standardele occidentale. În asta rezidă, esenţialmente, „lecţia paşoptiştilor". Aşa privind lucrurile, este limpede că ceea ce s-a numit „comportamentul inteligibil al elitelor", fie ele economice, politice sau culturale, conducând la acceptarea Occidentului în sensul unei reciprocităţi benefice înseamnă aderenţa şi împărtăşirea unui set de valori comune. Ca să fim drepţi, nici anii tranziţiei nu evită echivocul: o fluctuanţă a opiniilor, motivată de repoziţionarea noastră diplomatică, lipsită — din păcate — de o abordare strategică, neînnămolită în conjunctural, naşte semnale contradictorii, departe de a indica fermitatea direcţiei pro-occidentale în pofida declarativismului zgomotos. Şi, cu atât mai puţin, de a internaliza standardele

vestice. Inflaționarea „iluziilor identitare" ne slăbesc autoritatea și legitimitatea, în pofida încrederii „de acasă" (supraevaluată, de regulă). Ca să nu mai vorbim despre râvnita funcționare performantă, impersonală, autonomă a instituțiilor ori de separația puterilor; la noi predomină paternalismul și autoritarismul, sub patronajul relațiilor „de clan". Încât departe de a tranșa vechea dilemă (reductibilă, simplist, la dihonia dintre autohtoniști și europeiști), climatul posttotalitar a relansat disputa, reactivând filonul interbelic. Fiindcă, se știe (deși constatarea e trecută, de regulă, sub tăcere) antioccidentalismul românesc nu este o achiziție a propagandei bolșevice. Rezultă că vectorul occidentalizant nu exprimă, de fapt, cultura dominantă. Sau, mai exact, deschiderea spre Occident — constata Gail Kliman — este „o politică, dar nu încă o cultură".

*

Lumea de azi a îmbrățișat frenetic „cultura consumului". Sub impactul *media* divertismentul s-a industrializat și „funcționează" ca supra-ideologie. Iar postmodernismul, reamintim, oferă un „alt mod de a gândi lumea". Ca paradigmă culturală *paradoxală*, postmodernismul manifestă neîncredere în progres și refuză gândirea „fundamentalistă". El distruge sensul, provoacă dezorientarea și descentrează umanul, cultivând o putere dispersată. Postmodernitatea, prin *consumer capitalism*, impune „producerea de nevoi"; cultura consumului, nota sarcastic Ph. Samson, „nu face nici o discriminare" și pregătește, suntem tentați să credem, apocalipsa postmodernistă. Indiscutabil, *populismul postmodern* demolează ierarhia și elitismul. În fața acestei perspective, ce avem de făcut? E recomandabilă resemnarea sau, dimpotrivă, acceptând proiectul iluminist ca fiind greșit, ne reîntoarcem la premodernism? O reevaluare, cred unii, ar face posibilă o altă direcție. Mai poate omenirea vira fortificând noțiunea de realitate, devenită un fenomen discursiv?

Dar „revizitarea trecutului" obligă tocmai la reevaluare. Cultura postmodernă include și Istoria atroce și modernitatea agresivă; dar ea nu mai propune acum adevăruri inatacabile ci întreține fervoarea ipotezelor. Diferența e acceptată (mai degrabă declarativ) iar soluțiile coexistă, se speră, fără conflict. O astfel de acceptare reciprocă, sub flamura toleranței, neagă — finalmente — valorile. Diferența devine *indiferență*, ierarhiile se aplatizează iar puterea de a comunica cade, prin cultura mediatică, dezinteresată de a capitaliza valorile, în superficial și epidermic. În plus, refuzul anteriorității, replica (inevitabil polemică) transformă modernitatea intensivă într-o postmodernitate autodistrugătoare. Paradoxal, Postmodernitatea, prin această nouă „iradiere ideologică", se neagă pe sine.

NOTE:

1. Alexandru Zub, *Lumea Sud-estului și integrarea europeană*, în *Convorbiri literare*, nr. 5 (89)/2003, p. 12
2. Douglas Kellner, *Cultura Media*, *Institutul European*, 2001; traducere de Teodora Ghivirigă și Liliana Scărlătescu; *Prefață* de Adrian Dinu Rachieru.

„MCWORLD" ŞI ALERTA IDENTITARĂ

„Oamenii se aseamănă mai mult cu timpurile lor, decât cu părinţii lor"
(Guy Debord)

Frământările lumii de azi, aflată în reaşezare, întreţin şi amplifică criza identităţilor. Se practică chiar, pe scară largă, un maniheism contraproductiv: logica integrării, spun multe voci, intră în conflict cu eruptivul proces al reafirmării identităţilor. De unde concluzia — superficială — că fenomenul identitar ar fi un obstacol al integrării. Or, identitatea este mai profundă decât construcţiile geo-politice (multe artificiale) şi nu se poate asigura — observa sociologul Ioan Mihăilescu — în cadrul unor structuri demografice sau teritoriale de nivel continental (1, p. 6); mai mult, prin integrare se cedează o parte din autonomie, dar nu şi din identitate (1, p. 7). Ceea ce înseamnă că procesul integrator nu presupune drept condiţie fatală ştergerea identităţii. Integrarea prin diferenţiere păstrează ataşamentul comunitar (teritorial, etnic, religios, lingvistic), implicit sistemele referenţiale identitare. Ceea ce s-a întâmplat în unele ţări ale U.E. în privinţa re-orientării electoratului pare mai degrabă a fi o reacţie *pro-identitară* (1, p. 6), respingându-se, astfel, acuzele (grăbite!) care aşezau fenomenul sub împovorătoarea etichetă a extremismului de dreapta. Oricum, identitatea — se ştie prea bine — nu e o problemă de opţiune politică, iar reacţiile în cauză, alertând clubul analiştilor erau anunţate de prognozele sociologice: reculul demografic al societăţilor vestice, în evidentă îmbătrânire şi permisivitatea faţă de „masa migraţională" pregăteau astfel de şocuri culturale, implicit proliferarea / reactivarea „temerilor arhetipale".

Paradoxal, *era mondializării* a deşteptat şi scoriile naţionalismului. S-a trecut de la intoxicare la demonizare: în replică la posibilitatea apariţiei unei „lingua franca" (engleza, în speţă), proiect deloc utopic, interesul pentru localism mobilizează culturile „parohiale" şi pasiunile identitare. Mai cu seamă că societatea de masă, pe fundalul mobilităţii, condamnă la anonimitate şi atomizare iar trâmbiţatul multiculturalism înseamnă o „ghetoizare", consfinţind capitularea Europei în faţa ofensivei „americanizării". Fie că se vorbeşte abundent despre *postetnicitate* (precum un David Hollinger, pentru care drepturile colective nu mai au sens), fie că se invocă obsesiv *postdemocraţia*, e limpede că puternicii lumii dovedesc egoism şi cinism. Absenţa certitudinilor pe termen lung într-o „societate flexibilă" (Richard Sennet), erupţia individualismul primar agresiv, iresponsabil (cf. Amitai Etzioni), disoluţia personalităţii în era mediatică (ştergând diferenţele dintre cultura înaltă şi „culinaristică") ar trebui să conducă, crede Ralph Dahrendorf, la creşterea ponderii şi rolului societăţii civile, la armonizarea intereselor individuale şi sociale. Nu credem, cel puţin în actuala fază, că societatea civilă ar putea copleşi rolul jucat de instituţiile statului (cum sună unele profeţii sociologice hiperoptimiste) dar „întărirea comunităţii şi a vocii sale morale" (cum cere Etzioni) ni se pare o doleanţă credibilă şi, poate, realizabilă, însemnând şi salvarea specificităţii culturale.

În ceea ce ne priveşte, bâjbâiala în „tunelul" tranziţiei denunţă o fază inerţiară; România, dezorientată, înecată în vorbăria integrării euro-atlantice are – s-a observat – o direcţie, dar nu o strategie. „Ţintele" sale de dezvoltare vor produce efecte-bumerang dacă, dincolo de risipa argumentativă şi retorica clişeistică, larg împărtăşită deocamdată, nu apar semnele bunăstării, risipind actuala *demotivare* (1, p. 9). „Europortunismul" este o uriaşă şansă dar ea nu exclude dezvoltarea comunitară şi nici apelul la prezervarea reperului identitar primordial, taxat nedrept ca o manie estică!

Că aşa stau lucrurile, ne-o dovedeşte chiar faptul că în UE educaţia şi cultura, ca principale instrumente de promovare a identităţii sunt lăsate la „libertatea completă a statelor membre" (1, p. 6), în pofida tentativei unora de a impune *sisteme normative comune*. Cert e însă că absenţa unei strategii diminuează „capacitatea de negociere", oferindu-ne o politică de obedienţă; după cum integrarea nu înseamnă, automat, rezolvarea tuturor problemelor. Există, negreşit, un pachet problematic, în stricta competenţă a autorităţii naţionale. Soluţionarea lui presupune o sporită coeziune socială, solidaritatea — prin convergenţa eforturilor — fiind la baza oricărui proiect politic modern. Or, societatea există ca *fapt social* (în sens durkheimian) şi fiinţează şi ca *proiect*, angajând toate forţele, nu doar nucleul etnic, şi implicând refacerea încrederii, deopotrivă la nivelul relaţiilor interpersonale şi al integrării instituţionale. *Criza de încredere* trebuie depăşită. Va trebui să înţelegem că proiectul tranziţiei nu cere o ideologie obedientă, manevrând inadecvat concepte şi imagini mentale (cazul naţionalismului reziduual, al disjuncţiei zgomotos clamată conştiinţă etnică / conştiinţă civică sau a societăţii civile, văzută neapărat în relaţie opozitivă, ca parte privată, nepolitică — în accepţie gramsciană — a suprastructurii sociale).

Reamintim apoi că o constatare de largă circulaţie, împărtăşită, totuşi, nu fără rezerve, acreditează teza că, în general, „este bine ca societatea să aibă capital social" (2, p. 29). Deşi termenul lansat, se pare, de Lyda Judson Hanifan (1916) suferă de imprecizie şi se dovedeşte imposibil de cuantificat, el ar defini — după Fr. Fukuyama — „rezerva totală a relaţiilor sociale de cooperare, bazate pe normele cinstei şi reciprocităţii" (2, p. 31). Este evident că acea înfloritoare „artă a asocierii", lăudată de Alexis de Tocqueville în condiţiile celei mai individualiste democraţii (evident, cea americană) a cunoscut o nouă erupţie, favorizată de cercetările sociologului James Coleman şi ale politologului

Robert Putnam, interesaţi în anii '80 de rolul capitalului social în generarea societăţii civile.

Asupra acestei chestiuni stăruie şi Jackie Smith, preocupat de posibilitatea apariţiei unei *Societăţi Civile Globale (3)*. Înainte însă de a aprofunda acest subiect vom reaminti că *absenţa capitalului social*, uşor de diagnosticat prin indicatorii tradiţionali ai disfuncţiilor sociale lasă să se înţeleagă că *deviaţia socială* denotă tocmai o lipsă de capital social. Iar acesta ar reflecta existenţa unor norme de cooperare dar ar cunoaşte o distribuţie inegală, lipsind o evidentă fermă privind apartenenţa grupală ori, dimpotrivă, lipsa de implicare civică (pusă în evidenţă de *National Commission on Civic Renewal*). Viaţa comunitară s-a deteriorat; afirmarea unor noi norme şi a unei noi morale ar fi posibilă doar prin dialog cultural, societăţile regenerându-şi astfel, printr-un proces dificil, rezervele de capital social (2, p. 286). Jackie Smith e convins că societatea civilă e capabilă să genereze capital social chiar dacă R. Putnam (1995) limita această posibilitate la contactul *face to face*. Mai mult, examinând relaţia dintre organizaţiile de mişcare socială transnaţională şi capitalul social, autorul menţionat nota că astfel de organizaţii, în expansiune şi câştig de vizibilitate creează o infrastructură socială globală, mobilizând resurse politice pentru schimbări sociale. Dar centrul de greutate se deplasează spre acţiuni colective transnaţionale câtă vreme recunoaştem „natura transnaţională a problemelor" cu care ne confruntăm. Inventarul problemelor globale stimulează largi dezbateri publice şi, implicit, apariţia unor identităţi transnaţionale, antrenând colaborarea dintre agenţii statali şi mişcările cetăţeneşti.

Este favorizat *dialogul transnaţional*, mobilizând grupuri marginalizate şi asigurând democratizarea procesului politic global. Astfel de mişcări sociale organizate transcend politicile locale (naţionale) şi penetrează sfera relaţiilor internaţionale, fără a avea însă şi posibilităţi decizionale. Mediind între interesele locale şi instituţiile globale (Banca

Mondială, FMI), ele încurajează o *presiune globală* în creştere, asigurând contactul între grupurile nonstatale şi instituţiile internaţionale. *Transnaţionalizarea mişcărilor sociale* fructifică oportunităţi şi identifică soluţii colective, apărând „o demnitate culturală globală" (3). Cum guvernele naţionale nu pot impune decizii interstatale, acest *activism transnaţional*, sensibilizând opinia publică (pusă în faţa unei problematici criziste de dimensiuni planetare) ar asigura tocmai dezvoltarea *capitalului social global*. Implicit, fortificarea societăţii civile globale, înţelegându-se că gravitatea problemelor cu care se confruntă umanitatea, departe de a genera efecte locale (pe fundalul unui pacifism ameninţat) obligă la o abordare planetară. Să menţionăm doar *campania Greenpeace* ori ofensiva *EarthAction*, atenţionând că acele câştiguri militaro-economice (prioritare în sfera decizională a marilor puteri, îndeosebi) atentează, pe termen lung, la însăşi supravieţuirea speciei. Iar globalizarea, ca proces în marş, ne îndeamnă să gândim responsabil la soarta planetei, înţelegând că întronarea unei *conştiinţe planetare* ar fi cheia rezolvării atâtor chestiuni nevralgice, cumulative în orizontul crizist al noului mileniu. *Societatea civilă globală* poate interveni, credem, salvator.

Odată cu mondializarea vieţii sociale pe agenda sociologiei s-a înscris, ca obiectiv prioritar, redefinirea conceptului de *realitate socială*. Realitatea globală a devenit, se vede bine, un suprasistem social asaltat de un inventar crizist, cumulativ, gata să scape de sub control; iar multiplicarea şi „autopropulsarea" problemelor, creşterea interdependenţelor acuză absenţa unui centru decizional, apt de a gestiona — crede Armand Mattelard — *noua ideologie globalitară* (4, p. 74-83). Să observăm, întâi, că discursul universalist propune o falsă imagine a *satului global* (McLuhan) ignorând polarizările lumii de azi. În fond existăm într-o asimetrică lume-arhipelag, oferind violente segregări sociale: „ghettouri de siguranţă" dar şi întinse zone asincrone, de sărăcie endemică făcând din întâlnirea dintre

particular şi universal o sursă de conflict. Ceea ce ar obliga la o re-teritorializare a mizelor mondializării (4, p.81), dincolo de superficialitatea extensiei — ca pojghiţă civilizaţională — a produselor, tehnologiilor şi modelelor de viaţă prin vectorul consumerist.

În plus, devine tot mai apăsător-anxioasă constatarea că globalizarea nu este doar o provocare conceptuală. Retorica ei dezinvoltă nu se poate dezinteresa de gestiunea totalitară şi securitatea globală, noi fiind departe de a oferi generaţiilor care vin o lume „mai sigură", unificată sub spectrul spaimelor comune. Motiv de a pleda pentru edificarea unei *conştiinţe globale*, însoţind şi modelând ascensiunea culturii globale, posibilă prin „explozia" tehnologiilor audio-vizuale, firește globalizatoare. Ea se instaurează ca experienţă mediată şi ţine cont, inevitabil, de *conexitatea* (John Tomlinson) cu care ne confruntăm. Dar o cultură globală este departe de a fi monolitică, înaintând uniliniar în postmodernitate. Unii analişti (cazul lui Anthony Smith) consideră că ar fi chiar prematur să discutăm despre o astfel de posibilitate: evident dacă nu restrângem câmpul analizei la promovarea globală a bunurilor de consum, beneficiind de o popularizare eficientă, rapidă şi zgomotoasă, sau la avalanşa de imagini şi informaţii, bombardându-ne cotidian şi alimentând falsa teză a omogenizării culturale. Complexitatea procesului nu poate fi ignorată: pe de o parte, el ne propune identităţi alterate, experimentând *„dis-locarea"*, pe de altă parte, accelerarea aculturaţiei, atentând la memoria colectivă pare vidată de orice implicare emoţională. Oricum, practicile culturale, fac din comercializare argumentul suprem al cotidianităţii impunând *cultura de week-end*, în izbitoare degradare axiologică. Capitalismul se extinde prin „reţeaua rizomică de consumatori" şi prezenţa lui ca mod de viaţă pare a-şi găsi argumentul forte nu în seducţia ideologică a textelor doctrinare ci, îndeosebi, prin *cultura consumeristă*, transformând totul în bunuri de consum. Avea dreptate S. Latouche să observe că *McLumea* înseamnă o standardizare

internațională a stilurilor de viață și că procesul la care asistăm (numit de autorul francez *westernization*) este în esență anticultural, sufocând diversitatea.

Din unghi sociologic, orice cultură, se știe, este intim legată de un anume loc (spațiu) și vădește coerență prin efortul (colectiv) de construire a sensului. Localul a fost și rămâne suportul identității. Când Giddins (1990) vorbea despre *dislocare* și Clifford (1992) pomenea de „culturi itinerante", era vizat fenomenul de penetrare și interferență a culturilor. Or, „legăturile culturii cu un anumit loc sunt slăbite de conexitatea complexă" (5, p. 48). Suntem martorii planetari ai unor evenimente „la distanță", primim prin fluxul de informații și imagini „vizita" altor culturi, topim zestrea culturală în orizontul globalității, nutrind o experiență comună, ocupând o modernitate ambiguă, accesibilă la nivelul culturii media, oricum nelocalizată. Lumea e un întreg, mobilitatea elitelor evidențiază „infidelitatea" lor (prin slăbirea legăturilor cu „rădăcinile") încât *deteritorializarea culturii* este în curs. Întrebarea e dacă ne putem procura, astfel, o identitate globală. Pentru a atinge globalitatea, repertoriul identitar trece prin cercuri concentrice de apartenență, fixându-se primordial în local. Și pare puțin probabil că, într-un viitor previzibil, perspectiva etno-istorică va fi abandonată. Mai ales că sistemul statelor-națiuni rezistă, identitățile naționale fiind construite în timp, printr-un efort de durată, cu cert efect inhibant asupra identității globale, de dorit a fi asimilată rapid. Din această pricină, scepticismul afișat de mulți analiști este nu doar explicabil ci și întemeiat. În plus, după cum nota același John Tomlinson, logica occidentalizării — manevrată de unii teoreticieni euforici — e tributară relației de dominație, globalizarea fiind, indiscutabil, un proces inegal (5, p. 139). Ideologii globalizării găsesc că procesul se anunță providențial, construind și multiplicând un „suflet global" (Pico Iyer), oferind șansa imersiunii în alte culturi. Să notăm, în treacăt, că multiculturalismul afișat, promis și invocat nu înseamnă

realmente, și educație multiculturală. Iar reacțiile potrivnice, aplicând fără ezitare eticheta maleficității, vor recunoaște, totuși, că nivelul statului-națiune nu oferă un cadru adecvat pentru rezolvarea problemelor, angajând acum o responsabilitate planetară. Acumularea efectelor globale obligă la o gestionare corespunzătoare la scara lumii (*world-wide*) câtă vreme împărțim o planetă iar societățile particulare se dovedesc neputincioase. Să fie acronimul *glocalizare* soluția salvatoare, stingând conflictele dintre local și global? Gândind, așadar, din perspectiva globalului și acționând local, fără a uita de implicațiile culturale ale deciziilor politice?

Dar — ne întrebăm — poate fi controlată globalizarea sau este o ideologie fără stăpân? Încercând un răspuns, Achim Mihu propunea o distincție între *globalizare* (ca proces multidimensional), *globalism* (ca mesaj ideologic) și *globalitate*, inventariind faptele petrecute, constatabile (6, p. 107). De regulă, preopinenții comit o dublă eroare: reduc globalizarea la dimensiunea economică și, replicând celor care consideră cultura globală ca omogenizată și omniprezentă, consideră că fenomenul cultural rămâne imun la tăvălugul globalizării. Dacă globalizarea economică e vizibilă prin efecte, încurajând tendința omogenizantă, nu mai puțin inventarul problematic-alarmist al Planetei, începând cu pericolul nuclear, dezastrul ecologic, dezintegrarea socială, bomba demografică ș.c.l. obligă la o percepere a întregului și la constientizarea consecințelor, punând sub semnul întrebării însăși soarta umanității.

Nu sunt puțini cei care înțeleg globalizarea ca strictă occidentalizare. Dar teza occidentalizării lumii, enunțată de un S. Latouche (vezi *The Westernization of the World*, 1996) înseamnă și un triumf al Occidentului? „Familiarizarea" cu anumite stiluri de viață / nivel de consum, dezvoltând febril un „cosmopolitism practic" (Dick Hebdege, 1990) întreține dominația culturală dar estompează senzația de proprietate (vezi, de pildă, „McDonaldizarea culturii", instaurând transconsumerismul). Dacă instituțiile modernității, cu pretenții

universalizatoare sunt omniprezente (ceea ce este indiscutabil), expansiunea Occidentului, stimulând avântul omogenizant nu poate fi tăgăduită. Să nu uităm însă că hibriditatea la care obligă epoca a stârnit reacţii culturale, că expansionismul vestic a trezit mişcări de rezistenţă pe fundalul recalcitranţei, că, în fine, chiar „tiparele geografice de dominaţie" au fost zdruncinate (5, p. 135), declanşând criza ordinii occidentale. Iar angoasele postmodernităţii, prin descentralizare, infidelitate faţă de instituţiile-mamă şi nesiguranţa relaţiilor de putere au potenţat experienţa incertitudinii şi au încurajat declinul încrederii (Giddens). Ceea ce înseamnă subminarea dialogului.

Dezvoltând capitalul social, societatea civilă globală îşi propune să încurajeze tocmai *dialogul transnaţional*, singurul în măsură să favorizeze gestionarea corectă a problemelor de rang planetar. Paradoxala lume de azi cultivă un mediu cultural în extensie pe măsură ce rolul culturii este, vizibil, în scădere; mai mult, infestată de consumerism ea se degradează accelerat şi devine o cultură *de alt tip*, subjugată de piaţă, impunând — odată cu invazia mediocrităţii — senzaţionalismul palpitant, avid de succes. Să fie vorba de un „antirealism conştient" (7, p. 336), cum pare a crede Zinoviev? *Cultura modernă plebee*, oferită în flux, transformă mijloacele tehnice în instrumente culturale, cu o semnificaţie de sine stătătoare; sub aparenţa omogenizării, cultura media adânceşte, de fapt, alienarea şi izolarea şi pare a atenta tocmai la „capitalul social" al umanităţii.

NOTE:

1. Ioan Mihăilescu, *Identitate, Universitate şi integrare europeană*, în *România XXI*, nr. 1/iulie 2002, Anul I (Convorbire cu Paul Ghiţiu).
2. Francis Fukuyama, *Marea ruptură: natura umană şi refacerea ordinii sociale*, traducere din engleză de Liana V. Alecu. Ed. *Humanitas*, Bucureşti, 2002

3. Jackie Smith, *Societatea civilă globală?*, în *American Behavioral Scientist*, septembrie 1998, vol. 42
4. *Mondializarea dincolo de mituri*, volum coordonat de Serge Cordellier, Editura *Trei*, 2001, traducere din limba franceză de Margareta Batcu
5. John Tomlinson, *Globalizare şi cultură*, Ed. *Amarcord*, 2002, traducere de Cristina Gyurcsik
6. Achim Mihu, *Sociologie generală*, vol. I. Ed. *Napoca Star*, 2002
7. Alexandr Zinoviev, *Occidentul — Fenomenul occidentalismului*, Traducere de Nadejda Stahovschi. Ed. *Vremea*, Bucureşti, 2002.

POSTMODERNISM ŞI POSTMODERNITATE

„Postmodernismul
numeşte o criză autorităţii
culturale"

(Alison Lee)

Apariţia Postmodernismului pe piaţa ideilor a stârnit rumoare şi a provocat numeroase controverse. Manevrarea dezinvolt-publicistică a termenului, înfăţişarea sa proteică, retorica recuperatoare, fervoarea teoretizantă îi acordau o importanţă dincolo de posibila oportunitate culturală. Noul concept, în pofida nebulozităţii, neoferind soluţii ci provocând o avalanşă de întrebări nu defineşte doar o temă; el sigilează o epocă şi, prin dominaţia asupra câmpului cultural, obligă la „aclimatizare". De unde şi accepţiile diferite, pornind de la „sindromul nominalist", filtrând variaţiile de context socio-cultural şi chiar argumentul specificităţii. Impresia de „exterior", de model impus nu putea fi evitată iar gama reacţiilor nu face decât să confirme resortul emoţional: fie entuziasmul adopţiunii, fie reticenţa împinsă într-o zgomotoasă dezaprobare. Indiscutabil, postmodernismul exprimă o *stare de criză*.

Trebuie să recunoaştem că avalanşa de teoretizări, „încercuind" un concept cameleonic, în mişcare, refuzând răspunsuri definitive îmbracă o uimitoare diversitate. Încât, departe de a propune un set coerent de poziţii critice, contaminarea postmodernă cultivă pluralitatea conflictuală. Tentativa de auto-definire, vitală, împiedică dorita (de către unii) concediere a subiectului. Şi nici profeţiile care anunţau sarcastic epuizarea Postmodernismului (de unde şi *Postmor-*

temismul lui Olsen) nu contribuie consistent la „fixarea" lui. Concept migrator, iubind, prin Docherty, *deteritorializarea*. Postmodernismul face trecerea de la semnificaţie la confruntare, plonjând în ambiguitate interpretativă. Ecloziunea ideologiilor şi dizolvarea metanaraţiunilor, pierderea coerenţei (şi, de aici, implicaţiile ierarhice derivate) *impun poetica fragmentului* drept „crez estetic" într-o realitate (societate) „fracturată". Istoria şi ficţiunea sunt concepte echivalente în optică postmodernă. „Pierderea realului" în civilizaţia imaginii înseamnă că imaginea a înlocuit realitatea. Iar viaţa, constata Mihaela Constantinescu, ni se oferă „fracturată, accelerată şi plurală" (1, p. 8). Iată, aşadar, că *societatea mediatică* transformă realitatea într-un construct narativ şi trece dezinvolt de la informare la manipulare.

Or, *era mass-media* (sau „universul fantasmatic" al mass-media, cum crede Gianni Vattimo) înseamnă complexitate, haos, erodarea perspectivelor centralizate, autoritare: altfel spus, o „fabulare a lumii", multiplicarea imaginilor însemnând pierderea sensului şi ruinarea paradigmelor „tari". În acest context al demonetizării scientismului, al „hăţişurilor pluralismului" (prin refuzul unui centru), hermeneutica pare a fi — insinuează Vattimo (2) — unica filosofie adecvată în nevrotica societate a opiniei publice şi a comunicării de masă. Printre atâtea „cotituri" (turns), printre atâtea tendinţe şi post-*isme*, mentalitatea postmodernă acreditează o nouă vârstă socială şi culturală, răspunzând structurii modulare a lumii noastre (mentale). Nu e vorba de o viziune metaforică ori de un banal termen periodizant, ca reacţie la modernism. Şi nici de un avatar contemporan al vechii avangarde, în continuă primenire, subjugată de accelerarea vitezei de schimbare. Dincolo de „atractivitatea distructivă" (Ch. Newmann), ea urmăreşte logica reînnoirii şi vădeşte disponibilitatea de a revedea trecutul. Postmodernismul este, în acest sens, o *recapitulare recuperatorie*. Dacă eroziunea ştiinţelor pozitive pare a indica o surprinzătoare „reîntoarcere la mit", e cazul să notăm că momentul *demitizării* ar fi

tocmai pragul de trecere de la modern la postmodern! Iată de ce G. Vattimo propunea termenul de *raţionalitate limitată* şi observa că, azi, cunoaşterea mitică pare a fi, paradoxal, o formă de gândire „mai adecvată" pentru anumite sfere de experienţă. Oricum, contemporaneitatea e convinsă de avantajele paradigmei comunicaţionale, invitându-ne în spaţiul dialogic pentru a căuta soluţii în faţa avalanşei de crize. Noua mentalitate trimite la un respect al diferenţelor (mai degrabă superficial-proclamat) şi la *o conştiinţă a pluralităţii* care nu s-a luat în stăpânire, dizolvându-se într-un mozaic; încât, după Lyotard (3), cunoaşterea va pune accentul de acum înainte pe dezacord, nu pe consens. Tematizarea ei nu poate fi ruptă de un „ingredient misterios, omniprezent" (cum l-a văzut Ihab Hassan) definind chiar spiritul („aerul") epocii: adică, Postmodernismul. Fie că acceptăm „lista" aceluiaşi Ihab Hassan, înghesuind cuvinte din familia deconstructivismului, de la dezmembrare la *des-fiinţare*, fie că, pe urmele lui Terry Eagleton, postulând retorica rupturii, vorbim de o ofensivă retroactivă împinsă, dintr-un impuls ludic, în pragul „pastişei ireverenţioase", avem de-a face, negreşit, cu „o inocenţă pierdută". Dacă *atitudinea postmodernă* încurajează proliferarea nivelatoare a variantelor, plutind în incompletitudine, echivoc şi un fals egalitarism, atunci nu putem să nu-i dăm dreptate incisivei Alison Lee: *postmodernismul numeşte o criză a autorităţii culturale*. În pofida avalanşei de teoretizări, sofisticate şi contradictorii, Postmodernismul în ebuliţie — ne asigură Brian McHale — rămâne neidentificabil şi nelocalizabil. Acest termen *„bon à tout faire"* (cum, repetat, s-a spus) „defineşte" chiar condiţia nebuloasă a contemporaneităţii, în complexitatea şi integralitatea ei. Şi atunci, străini de ispita cronologizantă vom recunoaşte, alături de Umberto Eco şi la sugestia lui, că Postmodernismul este, funcţional judecând, *„un mod de operare"*. Dar volatilitatea postmodernă, alunecând, deseori, într-un ludism iresponsabil nu poate fi agreată, bănuim, de veritabilele elite culturale. Misiunea lor, chiar atrasă de sin-

cronizări jucăuşe, nu poate eclipsa, credem, miza naţională. Mai ales că mulţi au definit vremurile noastre drept o „eră a narcisismului". Procesul personalizării hrăneşte narcisismul, în sensul unui individualism pur — atrag atenţia sociologii, somând postmodernitatea să manevreze conceptul în altă accepţie. Gilles Lipovetsky era limpede: „dezafectarea marilor sisteme de sens este însoţită de hiperinvestirea Eului". Iar Richard Sennet făcea o corelaţie între „decăderea omului public" şi „ascensiunea omului privat", repliat asupra sinelui. Mai mult, cum lumea postmodernă a intrat (după Jean Baudrillard) într-un proces de indistincţie crescândă, iată că în plină eră a narcisismului, înţeleasă mai degrabă patologic, criza identităţii subiectului erupe asumându-şi dezordinea lumii.

Dar „alchimia postmodernă" (Liviu Petrescu), trecând de la creaţie la deconstrucţie şi înlocuind selecţia cu plăcerea combinatorie ne aruncă pe teritoriul „marii ambiguităţi", vidând sensul. Aventura postmodernă anunţă *finalul unei paradigme* prin „abolirea imaginaţiie umaniste". S-ar putea ca această privire sintetică, prin excelenţă *inclusivă*, adunând sub umbrela conceptului tendinţele contradictorii ale epocii noastre să dea semnalul unei „disperate întoarceri", căutând — din nou — firescul, naturalul, omogenitatea discursului sau spontaneitatea expresiei. Fiindcă postmodernismul recuperează culturalul prin reasamblare şi vizează aglutinarea, nu particularizarea.

Oricum, în jurul conceptului, controversele n-au încetat. De la reacţiile alergice, agresiv-contestatare ori vehement-negatoare (iscate chiar de simpla şi nevinovata rostire a cuvântului Postmodernism) până la satisfacţia triumfală a unor voci care anunţau decesul respectivului curent, gama manifestărilor, colorate ideologic, include o paletă năucitoare întreţinută, în primul rând, să recunoaştem, de imprecizia termenului, numind o diversitate deconcertantă. Este Postmodernismul o modă terminologică sau reprezintă o problemă depăşită? Este el doar un curent literar

sau, dimpotrivă, marchează intrarea într-o nouă fază a istoriei, definită emblematic de „societatea mediatică"? În fine, dacă Postmodernismul a trecut, ştim măcar „ce a fost"? Ca mişcare prin excelenţă *inclusivă*, el reevaluează eclectismul, efortul adiţional şi plăcerea combinatorie însemnând o juxtapunere de forme, formule şi coduri; că *vârsta postmodernă a culturii* impune şi o reconfigurare a epocii prin recontextualizare, noutatea postmodernă anunţând „revendicări retrospective"; că posibila / anunţata ruptură se stinge într-o „soluţie de continuitate" faţă de modernism, în pofida disocierilor (cronologică şi tipologică). Gianni Vattimo în *Societatea transparentă* (2) e încă mai răspicat: postmodernismul, aflăm, ar fi *vârsta crepusculară a modernismului* oferind şansa unei recapitulări recuperatoare. Sfârşitul de mileniu, raţionează Vattimo, e şi un *sfârşit de epistemă*, vestind criza istoriei unilineare şi decesul ideii de progres (în sens crocean). Mai mult, *era mass-media*, prin bombardamentul informaţional şi multiplicarea imaginilor (chiar „asediul imagologic") înseamnă o „fabulare a lumii", invitându-ne — aşadar — într-un „univers fantasmatic". Iar *ruinarea paradigmelor tari*, demonetizarea scientismului, disoluţia metanaraţiunilor (în termenii lui Lyotard) deschid larg porţile *reîntoarcerii la mit*. Vattimo, avansând conceptul de „raţionalitate limitată", pledează pentru cunoaşterea mitică dar, precaut, notează că mitul nu înseamnă, neapărat, şi o rezistenţă la modernizare. Văzând în hermeneutică unica filosofie adecvată omului postmodern (prin configuraţie pluralistă, refuzând un centru autoritar şi discreţionar), exegetul italian acreditează *momentul demitizării* drept prag de trecere de la modern la postmodern. Aşezat, aşadar, în prelungirea modernismului, postmodernismul („în extensie hipertrofică", notează — alarmaţi — analiştii) obligă chiar la redefinirea (revalorizarea) modernismului, stârnind ispitele polarizării. Iar *globalizarea modernismului* ar fi, se zice, semn sigur al *istoricizării* sale. Încât, despărţirea de modernism, anunţată zgomotos, se vădeşte — pe fundalul unei

oboseli ideologice (îndreptăţit, se vorbea chiar de o „demobilizare ideologică") — „o continuare în ordinea modernităţii". Ce fel de continuare însă? Este Postmodernismul o agonie a modernităţii sau, pe urmele lui Mircea Martin, înţelegem modernismul *ca parte a Postmodernismului?* (4, p. 13). Oricum, noul termen (veritabil concept-umbrelă) nu valorizează negativ desuetudinea şi obligă la reciclarea speciilor şi mijloacelor, revizitând trecutul — cum ne sfătuia U. Eco — cu ironie dar fără inocenţă. Întoarcerea în trecut dă o surprinzătoare accepţie *noutăţii*: criteriul unităţii este alungat, problema sensului se estompează într-o lume „plurală şi incontrolabilă", iar în *relaţia text-cititor* se instaurează ceea ce s-a numit „dictatura cititorului".

În optica de uz obştesc, de postmodernism se leagă, mai ales, „impulsul fanatic de a desfiinţa". Dar Ihab Hassan, încă în 1982, atrăgea atenţia că a reduce postmodernismul la câteva trăsături de negativitate înseamnă a eclipsa nevoia unei „sensibilităţi unitare", vizibilă şi aceasta. Evident, postmodernismul este antiformal, anarhic sau de-creator, mai cu seamă de-constructivismul frapează şi lasă, la o lectură pripită a textelor teoretice consacrate fenomenului, cum observa cu justeţe Liviu Petrescu (5, p. 142), impresia unei tendinţe negativiste. Tot Ihab Hassan avertiza asupra riscurilor pe care le presupune o astfel de priză superficială, trăsăturile definitorii fiind „dialectice şi variate". Elanul postmodern, s-a constatat, vrea să împace contrariile. Acel numitor comun visat ar fi *noul umanism* care, în plan teoretic, se încumetă să afle pomenita „sensibilitate unitară" dar care, practic, derivă din descentralizarea pe care o propune paradigma civilizaţiei de tip post-industrial. Se speră, în acest chip, la o „re-umanizare" a fiinţei umane. A. Toffler, discutând despre „civilizaţia celui de-al Treilea Val", vorbea de ritmuri şi orare flexibile, de segmentare şi diversificare, promovând dispersia şi deconcentrarea; adică, descoperind valoarea descentralizării accentuate.

Dacă modernitatea ar fi „un proiect neterminat" (cum crede Habermas), insinuarea că energiile modernismului vor fi redescoperite într-o zi pare a avea credibilitate. Totuşi, să nu ne imaginăm că o revenire ar fi posibilă. Chiar Postmodernimsul, bănuit a fi o noţiune precară (Matei Călinescu), este în prefacere şi acest concept „bon à tout faire", spuneam, acoperă un fenomen social, definind o altă vârstă culturală, de cert eclectism rafinat. *Epistema postmodernă* poate însemna „chiar o mutaţie în umanismul Occidental" (Ihab Hassan). Aşa fiind, mai poate fi el înţeles doar ca o faţă a modernităţii ori un „avatar contemporan al vechii avangarde"? Între a considera postmodernismul o subcategorie a avangardei (aşa proceda Matei Călinescu în 1986; vezi 6) şi a recunoaşte că postmodernismul nu adoptă o strategie polemică faţă de tradiţie (cum scria Mircea Martin zece ani mai târziu; vezi 4) se desfăşoară un spaţiu ideatic conflictual, obligând — prioritar — la redefinirea conceptului de *noutate*.

Strădaniile unora de face din postmodernism un „concept operativ", invitând la precizie didactică se izbesc de nebuloasa întreţinută de accepţiile în care este manevrat, uneori năucitor-divergente. Frecvent invocat şi vag înţeles, instalat definitiv în orizontul cultural al epocii noastre, el pare încă o „noutate ambiguă" şi, negreşit, cere clarificări. Chiar dacă la noi biografia consacrată acestui subiect litigios (amplificată de circulaţia unui concept „cameleonic") pare încă săracă, tentativele de limpezire n-au lipsit. Ceea ce surprinde (şi, finalmente, subminează eforturile) ar fi, după noi, ciudatul dezinteres pentru context. Nu credem că se poate vorbi profitabil (evident, în sensul câştigurilor de ordin epistemologic, în primul rând) ignorând postmodernitatea. Încât asupra acestui binom simbiotic vom stărui aducând în atenţie şi o mai recentă apariţie, purtând semnătura lui David Lyon. Cartea sociologului canadian consacrată Postmodernităţii (7) explorează relaţia cu postmodernismul şi urmăreşte descendenţa conceptului, dorindu-se — ne încre-

dinţează răspicat autorul — un ghid în postmodernitate. Să-l urmăm, aşadar, în „jungla" postmodernismului recunoscând că volumul în discuţie, încercând „imposibilul" (cum ne previne D. Lyon), este o introducere **lizibilă**; adică ceea ce-şi dorea chiar autorul.

Întrebarea de la care ne propunem să pornim ar trebui să lămurească dacă avem de-a face cu un nou tip de societate, o nouă etapă a capitalismului târziu sau e vorba de o aprinsă dispută în jurul unui concept-idee. Privit din perspectiva postmodernităţii, postmodernismul are o accepţie culturală şi demonstrează „istovirea lumii moderne" (7, p. 40). El înseamnă, categoric, alt mod de a gândi lumea. În plin „capitalism de consum" (*consumer capitalism*), postmodernismul ne aduce de la euforie la disperare, încât — după Arthur Kroker — *panica* ar fi „starea psihologică principală a culturii postmoderne". Evident, el nu poate fi desprins de istoria dezvoltării capitaliste şi nu poate fi plasat într-un „vacuum intelectual". Dacă globalizarea şi consumerismul îl definesc în strictă contemporaneitate, poziţionarea faţă de modernitate (revizuită ori negată) încarcă lumea postmodernă (*postmodernity*), ispitită de distrugerea sensului în vârtejul relativismului, cu un cortegiu de efecte ambivalente. Noua ordine socio-politică nu poate ignora alienarea, atomizarea, anomia dar şi birocratizarea ori creşterea gradului de supraveghere; după cum, raportându-se la modernitate (având drept ţintă iluminismul francez), acuză civilizaţia întemeiată pe Raţiune ori credinţa — aproape mistică — în progres.

De fapt, dacă Occidentul nu mai este o paradigmă a progresului (scrie ferm Barry Smart), chiar lumea de azi pare „dincolo de progres" (Lyotard). Cum statutul cunoaşterii este în schimbare iar ştiinţa devine o formă a discursului, comercializarea cercetării, după acelaşi Lyotard, serveşte, performativ, mai degrabă puterii decât descoperirii adevărului. În plus, dizolvarea meta-naraţiunilor (grands-récits) încurajează procesul delegitimării. Ca să fim drepţi, post-

industrialismul, fluturând teza convergenței, pregătea condițiile postmodernității. Iar prima sugestie serioasă în acest sens venea din partea lui Daniel Bell, cel care, în 1973, pe urmele lui A. Touraine, publica *The Comming of Post-Industrial Society*. Acea „nouă societate" nu pierdea însă încrederea în progres. Iar de la epoca postindustrială, aliniind „societățile avansate" la postmodernitate asistăm la triumful societății informatizate, care — după unii —n-ar fi altceva decât o modernitate reînnoită. Dacă postmodernismul ar fi reflexul cultural al capitalismului târziu, postmodernitatea e înțeleasă ca o nouă ordine *dincolo de capitalism*. Așa privind lucrurile, contrazicând logica, s-ar părea că postmodernismul ar „genera" noua societate. Oricum, alături de David Lyon putem spune că „postmodernismul și lumea postmodernă trebuie văzute fiecare în termenii celuilalt" (7, p. 54). Programul postmodernist, cum bine se știe, în contextul globalizării vieții contemporane a instalat o situație ireversibil pluralistă, insistând pe *local*. Din moment ce viziunea unui progres linear a devenit o ficțiune iar sensul se dizolvă, postmodernismul pare mai mult decât „o experiență a crizei". Prin efectele sale corozive, prețuind caleidoscopia și diferența, instalând haosul și nesiguranța această *paradigmă culturală paradoxală* ne aruncă în disconfort (Ch. Taylor). Viitorul postmodern, avertizează unii, se autodistruge, obligând la „strunirea tendințelor apocaliptice". Iar posibila paralelă cu alte momente dificile, de agitație crizistă (criza barocă, fin de siècle ori milenarismul) nu fac decât să întărească impresia de experiență a „oscilației". Totuși, respectarea diversității împinsă în heterutopie (învecinând lumi incongruente) ori acceptarea emblematică a Turnului Babel (drept simbol definitoriu al epocii) nu trebuie să uite sau să minimalizeze ceea ce avem în comun. Doar aici descoperim, scrie apăsat David Lyon, „singura speranță reală de toleranță".

Dacă postmodernitatea ar fi cauza postmodernismului sau măcar cadrul de desfășurare, baza lor comună

ar cere imperios analiza acestui concept central, stratificat (7, p. 31), inevitabil pentru a înțelege schimbările sociale sau fenomenele culturale. Zorii postmodernității, după Z. Bauman, subminează sentimentul modern al realității într-o lume dominată de mass-media și definesc condiția postmodernă drept *capitalism de consum*. Postmodernitatea devine, astfel, noul obiect de investigație, antrenând spectaculoase mutații socio-culturale și demonstrând că relația dintre social și cultural este inextricabilă. Deși modul de viață occidental nu se vrea normativ chiar dacă e contagios, deși juxtapunerea dintre cultura de masă și elitistă e o realitate într-o lume fracturată, deși „apocalipsa" postmodernă pare, prin scepticism și eterogenitate, a ne condamna la resemnare, dacă nu ne îmbolnăvește de cinism, interesul pentru modernism nu s-a stins. E improbabilă o reafirmare a acestuia sau, cu atât mai puțin, o reîntoarcere la premodernism. Dar o *reevaluare* a modernismului e chiar necesară și tonifiantă. Să nu uităm că proiectul modernismului, fluturând doctrina progresului (prin laicizarea providenței) și cultul rațiunii propunea cel dintâi mod coerent de organizare socială, potențând, se știe, inegalitățile capitalismului timpuriu. Creșterea economică, urbanizarea galopantă, organizarea democrației, triumful științei și tehnologiei oferă dezorientărilor epocii noastre, refuzând „marile basme ideologice" (G. Vattimo), nostalgia stabilității. Dar modernitatea, într-o accepție etapizată nu se confundă cu un concept estetic („cealaltă modernitate"); după cum dizolvarea gândirii fundamentaliste, globalizarea (antrenând acum, prin prisma consecințelor, riscuri planetare) și, îndeosebi, cultura consumerismului — devenită stil de viață — întreține și provoacă prin mass-media, în avalanșă, iluzii și false nevoi, descompunând lumea reală în imagini și aruncându-ne, spune Baudrillard, în hățișurile *hiperrealității*. Informația devine marfă, publicitatea trece grațios și insidios de la persuadare la alienare iar sufocanta „lume a obiectelor" provoacă dezorientare, slăbind realitatea. Prin manipulare,

spectacol, „servitute voluntară" (prin simboluri) parafăm certificatul de deces al societăților stabile, de tip autoritar. Devine societatea noastră, ca societate a mijloacelor de comunicare în masă, „transparentă" — cum își închipuie G. Vattimo? Alungă ea dominația sau inegalitatea? „Spargerea" istoriei în istoricități, interesul pentru suprafața caleidoscopică, propulsând *telecomanda* ca imagine arhetipală a Postmodernismului (7, p. 121) amplifică „fluxul de relativitate" (7, p. 97). Drumul Istoriei are însă un sens unic. În pofida nemulțumirilor crescânde de azi, a dezorientărilor care tulbură epoca noastră, căutându-și haotic direcția este de ordinul evidenței că o reîntoarcere la premodernitate nu e cu putință.

Totuși, portița e deschisă de un J. Habermas care privește moștenirea iluministă ca un proiect „neterminat" în prelungirea speranței „raționalității comunicative". Și cu atât mai mult de un A. MacIntyre (v. *After virtue*), după care proiectul iluminist ar fi fost „greșit"; așa judecând, plasându-ne *dincolo de modernitate*, dezirabilă ar fi reînvierea premodernității.

Dar acest lucru, știe oricine, repetăm, e o imposibilitate. Bineînțeles, aventurându-ne pe urmele aceluiași David Lyon, putem afirma că *Postmodernismul înseamnă societatea de consum* (7, p.112) și, astfel, o preistorie a consumerismului ar fi cu îndreptățire prefigurată prin reevaluarea modernității. Vechiul conține germenii noului. Regândirea modernității întreține — în termenii lui D. Lyon — o falsă dilemă: necrolog sau renaștere? În fapt, capitalismul de consum, tiranic instalat, nu lasă loc de întors: dacă totul a devenit marfă, piața organizează viața, violând chiar și cutele intimității, iar presupusa discontinuitate ne îngăduie, surprinzător, să descoperim la un temeinic examen retro că există puternice filiații, anunțând — embrionar — devenirea *postmodernității*. Să nu uităm însă că, în ceea ce ne privește, postmodernitatea este un concept importat de vreme ce postindustrialismul nu reprezintă o fază consumată. Cum

populismul postmodernist demolează, după D. Lyon, ierarhia și elitismul (7, p. 111), consumul deține rolul de pivot. „Năucitoarea" sociologie a postmodernității (7, p. 110) lasă să se înțeleagă că postmodernismul, instalând sentimentul fragmentării și al incertitudinii, cultivând un nou colaj cultural semnifică mai mult decât o mutație în structura sensibilității: el reprezintă, așadar, *o condiție fără precedent* (7, p. 113), ceea ce, bineînțeles, mută discuția asupra formei sociale. Or, după multe voci, unele autorizate, societatea de consum nu are o direcție (exceptând, evident, vectorul consumerismului). Utopianismul a murit. Spre ce ne îndreptăm? Integrarea în piața de consum nu acoperă spectrul așteptărilor. O lume scăldată în pomenitul „vârtej de relativitate", acuzând dezorientarea, dizolvarea sensului și pluralizarea, implicit *o putere dispersată*, cum notează prompt D. Lyon (7, p. 92) pare să confirme diagnosticul lui Habermas: da, traversăm „criza legitimității". Negreșit, controlul social n-a slăbit, supravegherea (tot mai sofisticată) n-a dispărut dar noile forme de dominație, în pofida subtilității crescânde, acuză criza de autoritate. *Cultura consumului* se limitează la „a produce nevoi", politica de divertisment propagă industrios stiluri de viață create artificial, principalul vinovat fiind, deocamdată, televizorul. După Ph. Sampson (apud 7, p. 103), cultura consumului nu face nici o discriminare. Dar să nu uităm, ea înflorește într-un context care relativizează cu frenezie totul, instituționalizând îndoiala. Până și știința, observa Lyotard, nu mai este capabilă să se legitimeze. Iar deplasarea de la credință la opțiune (individuală) încețoșează sau înlătură reperele și favorizează „imperativul eretic" (Peter Beyer). Pe bună dreptate, David Lyon conchidea că Postmodernismul înseamnă societate de consum. Dezvoltarea copleșitoare a mass-media propune un tip nou de civilizație (G. Friedmann) în care comunicarea deține un loc de prim plan. Astfel, avem de-a face cu o difuzare masivă și cu o eterogenitate crescândă în aceeași măsură a conținuturilor și a publicurilor. Acest bombardament informațional

B.C.U. „M. EMINESCU"

hrăneşte abundent şi literatura consacrată rolului mass-media, analizând consecinţele globale (funcţii) şi ansamblul de influenţe (roluri). Deşi media a jucat un rol central în dezvoltarea instituţiilor moderne (J. Thompson) iar socialul, considera J. Cazeneuve, a devenit un spectacol, spiritul critic se manifestă virulent, acuzând mediocritatea uniformizantă la care conduce masificarea societăţii. Cultura mozaicată (A. Moles) a omului postmodern, amplificată de difuziunea generală provoacă „intoxicarea prin divertisment". Dar, mai grav, slăbeşte prin intersecţia fluxului de mesaje noţiunea de realitate. „Debolismul" pare să accepte că realitatea (sau hiperrealitatea) devine un fenomen discursiv, întreţinând o societate conformistă, lipsită de spirit critic.

Schimbarea paradigmatică pe care o reclamă Postmodernismul vrea să statueze, dincolo de „decorul mental" (*mindscape*), modificând criteriile, o altă lume, noua paradigmă, prin organizare noologică sperând a fi co-generatoare a sentimentului „de realitate". Boala postmodernă, obligând la despărţirea de „religia" progresului şi unilinearitatea Istoriei, condamnă în bloc vechile concepte (totalitate, omogenitate, unitate) şi glorifică existenţa schizofrenică, trăind simultan „în două lumi". În fond, s-ar părea că tocmai sociologia câştigă în importanţă. Abia acum, observa Ronald Robertson, ea „deschide ochii asupra semnificaţiei culturii" (apud 7, p. 114). Deşi afişează o zgomotoasă neîncredere în progres (şi asta, să notăm, în treacăt, o deosebeşte fundamental de postindustrialism), *postmodernitatea* este, după G. Vattimo, chiar produsul dezvoltării comunicării. Inevitabil, ea încorporează toate achiziţiile epocii, începând cu schimbările tehnologice şi cele social-culturale. Cum ideile nu încolţesc într-un vid intelectual şi cum epoca noastră, de certă fractură culturală, este o *societate comunicativă*, perceperea schimbărilor sociale şi a trepidantelor mutaţii culturale cere, imperios, un discurs „de escortă", stimulat de nevoia examenului critic (cercetând, aplicat, centralizarea şi dispersia, sensul şi realitatea şi, nu în ultimul rând, chiar

binomul de reciprocitate cauzală propus: *postmodernitatea şi postmodernismul*). Iar cultura, pricepe oricine, interferează acest câmp problematic, pendulând între narcisism şi elitism, văzut drept ultim şi grav păcat modernist. Postmodernitatea acţionează ca o condiţie *globală* în era „economiei informaţionale", a tehno-ştiinţei impetuoase (dar, am văzut, în criză de legitimitate), înlocuind „religia" progresului cu nihilismul dizolvant. Ireversibil pluralistă, postmodernitatea se degradează, suspectată de „pierderea istoriei". Mai mult, îndreptându-se spre „apocalipsa definitivă", *viitorul postmodern* — scrie David Lyon — „se autodistruge" (7, p. 117). Ce e de făcut? Într-o lume controlată de mass-media, instalând prin implozia de realitate domnia simulacrelor şi dizolvarea ierarhiei, saltul de la logocentrism la *imagocentrism* conduce la pierderea sensului. Societatea „de conservare" e primejduită prin degradarea mediului şi epuizarea resurselor. Deşi programul postmodernist, sedus de „logica reînnoirii", preia idei, el respinge hotărât ipostaza de avangardă, cercetată doar sub potenţialul distructiv. În fine, această perioadă „foarte modernă" (Giddens), supusă polarizării şi experimentelor elitiste, deşi piaţa remodelează cotidianul, cade, totuşi, în populism dorindu-şi a şterge graniţele culturale dintre elite şi mase. Invocatul providenţialism, înlocuit arogant cu varianta sa laică, progresul istoric, călăuzit de infailibila raţiune se clatină; în căutarea unei *lumi raţionaliste*, având ca remorcher ştiinţa, vechile precepte au fost dislocate. Nimeni nu e sigur că totul merge spre bine. Cum circulă afirmaţia că secolul care a trecut n-a făcut decât să reinventeze postmodernismul, ar fi utilă, bănuim, investigarea a ceea ce unii au numit *pre-postmodernism*. În consecinţă, faimoasa frază a lui Nietzsche, din 1888, după care „nihilismul bate la uşă" face din pomenitul filosof „un postmodernist avant la lettre" (scrie David Lyon). Iar G. Vattimo, fructificând intuiţiile nietzcheene vede în cel care a rostit „Dumnezeu a murit!" întâiul teoretician filosof al Postmodernismului. Preistoria Postmodernismului, consta-

tăm, îngăduie zelul contabilicesc, pensând cu fervoare opiniile rebele, cele care zdruncinau speranţele iluminismului, semănând o atitudine neîncrezătoare în faţa Raţiunii moderne: neîncredere împinsă azi în pragul falimentului moral, decretând sensul fluid al realităţii şi chiar ficţionalizarea Adevărului. Oricum, *era postmodernă*, anunţată triumfal-sceptic de A. Toynbee (vezi *A Study of History*) ne instalează în incertitudine. Istoria e pulverizată în „istorisiri" iar progresul devine „rutină": relaţia subiect/obiect ori dipticul limbaj/lume slujesc, după unii teoreticieni, odată cu dispariţia conceptului „tare" de ştiinţă, distrugerii certitudinilor. Încât postmodernismul, chiar „nefericit" ales (etimologic vorbind) pare că e menit unei învolburate şi îndelungate „cariere", eclipsând alte propuneri (poststructuralism, de pildă). Într-o lume care, în postistorie, a spulberat iluziile modernităţii proclamând ficţiunea valorilor superioare, conceptul în discuţie, iscând atâtea patimi şi controverse ţine, aşadar, de ultima „modernitate": acceptând însă, alături de Claude Karnoouh că „modernitatea este o permanentă tranziţie" şi că „occidentul a dat toată modernitatea", crizele lui revărsându-se către *„restul lumii"* (8, p. 9). A discuta despre postmodernism înseamnă a recunoaşte o situaţie de criză, impunând o cercetare contextuală, plonjând — pentru o priză corectă — într-o postmodernitate fluidă.

*

Provocând indignări şi exaltări, căzând în anatemă sau, dimpotrivă, în idolatrie, tematica bătătorită a Postmodernismului, nedigerată de unii (care o consideră o fundătură), elogiată zgomotos de militanţii care se luptă cu „mitul unei modernităţi stagnante" în numele unei superiorităţi doar clamată (certamente, încă neprobată), face din temporalitate, s-ar părea, *conceptul-cheie*. Să nu uităm însă că o piaţă liberă de orice constrângeri pulverizează sistemul de securitate socială (*welfare*), sensul totalităţii, distribuţia şi

justiţia globală. Mai mult, valorizarea individului — ca precept-forte al liberalismului — intră în conflict cu supremaţia maselor, „înghiţind" individul retras în indiferenţă, iar „noii autodidacţi" (sau „autodidacţii pe stil nou", cum ar spune ironic P. Bourdieu) sunt fără respect pentru cultura legitimă, contestând simbolurile puterii ierarhice.

Pentru a adânci chestiunea vom reaminti că societatea mediatică are un rol determinant în naşterea postmodernismului. E drept, ea nu evoluează către autotransparenţă şi, mai mult, prin multiplicarea imaginilor şi încrucişarea şuvoiului de interpretări pierde chiar „sensul realităţii". Altfel spus, slăbeşte noţiunea de realitate, devenită un „fenomen discursiv". Expunerea la acest „torent al mesajelor de masă", irigând societatea (A. Moles) naşte o *nouă cultură*. Fie că o numim „mozaicată", de o „esenţialitate aleatoare", configurând un tablou socio-cultural ca „masă de mesaje" (cum credea acelaşi A. Moles încă în 1966), fie că proclamă noul *tribalism* în „satul global" (cum făcea Marshal McLuhan), este cert că ea marchează mutaţia înspre vizual. „Epoca iconismului", cum poate fi numită societatea postmodernă, nu mai este *logocentrică*. „Lava informaţională" pare să ne sufoce: consumul de imagini, observa Jean Baudrillard, întreţine o „fascinaţie primitivă". Iar audienţa şi efectele induse, iscând false necesităţi prin invazia produselor „pre-digerate", subculturale ne îndreptăţesc să vorbim de o cultură de consum, invitând la o decodare regresiv-simplificatoare, axată pe manipulare. Această *industrie de consum*, bazată pe exportul de imagini şi transformarea politicului în economic (R. Vagnleitner) modifică, inevitabil, mediul cultural şi face din *consumerism* argumentul forte al postmodernităţii. Iar „universul fantasmatic" al mass-media, solicitând o tehnologie specifică şi, în aceeaşi măsură, un limbaj de comunicare (set de tehnologii) mizează pe *discursul informativ*, interesat de „revoluţia ştirilor" (C. John Sommerville), edificând o „cultură a informaţiei". Dar

această industrie informaţională erodează cunoaşterea şi alienează cititorul; şi dacă *demitizarea* era, după Lyotard, „pragul de trecere" dinspre modernism spre postmodernism, neîncrederea în metanaraţiuni se însoţeşte cu o „raţionalitate limitată", favorizând o nouă fabulare a lumii. Iată, aşadar, că vârsta crepusculară a modernităţii, dispusă la o recapitulare recuperatorie s-a despărţit de pozitivismul euforic şi, mai apoi, de „paradigma tare a modernităţii", de vocaţie totalizantă în favoarea scenariului, centrifug. Demonetizarea scientismului, pe fundalul crizei istoriei unilineare înseamnă asumarea modelului pluralist şi a idealului *indeterminării*. Sub stindardul descentrării şi eclectismului, al permisivităţii şi „nostalgiei echidistanţei" postmodernismul, cel care — de fapt — nu oferă modele şi paradigme, este — indiscutabil — mai mult decât o obsesie intelectuală. Ca expresie „de criză", el ne reaminteşte un adevăr esenţial: criza este chiar motorul dezvoltării. „Şi probabil că ceea ce numim *cultură postmodernă* ar fi chiar răspunsul la acest asalt crizist.

În decorul agitat al Postmodernităţii, respectând pluralitatea datului social se vorbeşte insistent de noul liant social şi, implicit, de noua coerenţă a valorilor. Evident că sociologii, ca „paznici ai sociabilităţii" constată cu îngrijorare „dezordinea metastatică" şi sincretismul ideologic, stăpânind azi lumea. Prăbuşirea naraţiunilor totalizatoare şi supremaţia micronaraţiunilor, în eterogenitate galopantă, impun „fuziunea mobilă" şi „paradigma orchestrei". Această *comunicare orchestrală*, atenţionând asupra problemelor „lumii mici" direcţionează sociologia constructivistă spre „socialul polimorf", înţelegând că solidaritatea mecanică este o ipoteză pierdută. Grija pentru recompunerea liantului social aduce în prim plan practica asociativă, ca replică la pluralizare (în contextul multiplelor apartenenţe ale individului) şi tribalizarea politicului. Or, reţeaua completă de grupuri în care se inserează individul („total network"), permanentizând retroacţiunea, evidenţiază că nici o societate nu poate fi deplin consensuală. Cum prezenţa valorilor

„contradictoriale" defineşte o perioadă lascivă, tindem spre o „armonie conflictuală" (M. Maffesoli), ordinea — avertiza G. Balandier — fiind improbabilă. Iată ciudatul liant al Postmodernităţii, o societate care mută accentul pe calitatea de consumatori şi, prin demodare accelerată, renunţă la ciclul de viaţă „lung", care fluidizează diferenţele şi impune identităţi „oscilante" (Harvie Ferguson), care, în fine, acceptând metafora lui Zygmunt Bauman, ne instalează într-o „modernitate lichidă".

Totuşi, nu putem gândi societatea în absenţa continuităţii (umană, instituţională, organizatorică). Nu putem vorbi de continuitate culturală fără a o include în sfera largă a continuităţii istorice după cum nu putem reduce societatea căreia îi aparţine la rolul unui apendice. Aşa privind lucrurile, va fi interesant de urmărit raportul dintre *postmodernism*, (deşi recuperator, inclusivist, el anunţă — prin noua paradigmă — „timpul rupturii") şi *postmodernitate*, consecinţă logică a evoluţiei capitalismului „avansat". Dacă modernitatea „tematizase" cunoaşterea, postmodernitatea se distanţează de epoca anterioară prin paradigma comunicaţională, sfidând frontierele, fără a propune — cel puţin, deocamdată — un model ontologic specific. Mai mult, este exclusă chiar Istoria din această destinalitate, societatea evoluând într-un „orizont închis". J. Baudrillard (v. *Les stratégies fatales*, Paris, 1985) era convins că „istoria s-a terminat". Ne despărţim însă şi de „terorismul utopic", însoţind declinant modernismul, încrezător încă în forţa Conceptului, apt a atinge Absolutul. Acum criticismul dizolvant e dus până la capăt, impunând pluralismul şi desacralizarea în spaţiul relativismului triumfător.

Chiar acceptând „amestecul" jucăuş al lui Rolf Günter Renner (*Bild und Abbild*), cel care înţelegea noua paradigmă strict ca o reconstrucţie ludică, realităţile epocii ne obligă să recunoaştem că există o presantă *problematică a lumii contemporane* (cum avertizase, cu decenii în urmă, Aurelio Peccei, fondatorul Clubului de la Roma). Un „pa-

chet", aşadar, de probleme globale, de o cauzalitate complexă şi de o gravitate fără precedent, inclusiv din unghiul „noilor educaţii". Mai ales că provocările globalizării cer, să recunoaştem, centralizarea; că această competivitate globală, aşezată sub semnul eficientizării cunoaşte regiuni privilegiate, blocuri zonale, arii de liber schimb, acces privilegiat în pofida economiilor „împletite". O lume asimetrică, aşadar, agravând inegalităţile în termeni de venituri, îngheţând frontierele sociale şi favorizând — spune Ralf Dahrendorf — „renaşterea darwinismului social". Se pierd „excluşii" (noncetăţenii) în piaţa globală? Să observăm că marginalizarea socială (*underclass*) nu are o motivaţie economică; că flexibilitatea epocii instaurează instabilitatea, nesiguranţa, demantelând, spuneam, cândva prestigioasa *welfare state*. Că viaţa comunitară e serios zdruncinată prin triumful individualismului, încurajând dezintegrarea socială, anomia şi, de aici pornind, tentaţia reacţiilor autoritare. Că până la urmă, prin cortegiul efectelor de mai sus (enumerate fugitiv, incomplet), societatea civilă împiedică chiar, din fericire, globalizarea „deplină".

Să observăm, apoi, condiţia duplicitară a conceptului, devenit „un cuvânt aproape onorific" (9, p. 17), un calificativ care se bucură, în pofida angoaselor iscate, de plauzibilitate şi chiar respectabilitate. Printr-o posterioritate orgolioasă, el anunţă un moment de ruptură; dar anarhia, prăbuşirea viziunii raţionaliste (deplânsă de un A. Toynbee în faimoasa *A Study of History*), ludicul autodistructiv invită şi la recuperarea trecutului. Disoluţia paradigmei culturale moderne (reducţionistă, schizofrenică, după E. Morin) cere o paradigmă autoreflexivă a complexităţii; iar metadiscursul Postmodernităţii, chiar dacă nu agreează ideea, trebuie să-şi precizeze coordonatele (10, p. 5). Atotputernicia imaginarului social, prin explozia tehnologiilor informaţionale şi ale comunicării enunţă un adevăr inatacabil: globalizarea e în primul rând comunicaţională! Epoca noastră a impus (seducător) o nouă formă de producţie de bunuri şi servicii pe

fundalul unor accelerate transformări socio-economice: generalizarea acestor tehnici operaţionale, asigurând universalizarea comunicării ne obligă să recunoaştem că sincronizarea are loc la „nivel de val generaţional" (9, p. 83). Or, civilizaţia panoptică generează în avalanşă iluzii şi false nevoi, întreţinând mecanismele alienante ale publicităţii. Pregătind condiţiile postmodernităţii, postindustrialismul nea instalat, printr-un proces substitutiv, în „lumea obiectelor" (J. Baudrillard); subiectul perceptual, interesat de standing, este conectat la cultura consumerismului şi acceptă cu frenezie, prin ceea ce s-a numit *escatologie mediatică*, o „servitute voluntară". Voci lucide atrag atenţia că epoca se psihanalizează voluptuos (9, p. 28), ceea ce face din postmodernismul privit, vai, cu relaxare un concept problematic, în fond.

Ivit, aşadar, în „cultura consumului", postmodernismul provoacă, prin aglutinare şi incertitudine, relaxare socială şi disconfort psihic. El pare a se împăca cu metafora borgesiană a jocului de oglinzi, reflectându-se nesfârşit pe sine. Şi dacă Cristopher Lasch, sugerând că suntem în *plină eră a narcisismului* avea dreptate, atunci, neapărat, postmodernismul şi postmodernitatea alcătuiesc un *„binom simbolic"*.

În ceea ce ne priveşte (fără a adânci aici chestiunea) vom mai observa, în treacăt, că golit de postmodernitate, postmodernismul românesc riscă să suporte un tratament „junimist", dovedindu-se, păgubos, o nouă formă fără fond (11). Această relaţie paradoxală, fără a se crampona neapărat de povara a-sincroniei *ca destin* (10, p. 9) atenţionează asupra unei distincţii ignorată cu nonşalanţă de puzderia analiştilor: postmodernismul defineşte o atitudine fiind un concept culturologic în vreme ce postmodernitatea, adâncind „criza globală a sensului" se vrea un concept sociologic. Cum globalizarea, aducând la rampă „actori transnaţionali" şi stimulând nomadismul planetar amplifică alerta identitară, să mai notăm că epoca noastră pare a se despărţi de *logica*

ori/ori. Conştiinţa apartenenţei nu poate fi ştearsă după cum supravieţuirea autarhică nu mai este posibilă. Iar noile mijloace de difuzare masivă, indispensabile societăţii moderne (cum afirmase demult J. Cazeneuve) asigură, concomitent, *deteritorializarea* şi *instantaneitatea* într-o lume saturată de mesaje, totuşi, asimetrică, şi deplasarea spre *local* într-o epocă tulbure, dezarticulată, apăsând pedala acceleraţiei în zodia fragmentarismului. Dincolo de presiunea circumstanţelor imediate, evidenţiind ceea ce P. Bourdieu numea „politica precarităţii", nivelul în creştere al interconectărilor obligă la o privire planetară, global responsabilă. Fiindcă, avertiza acelaşi Bourdieu, „pentru a stăpâni viitorul, trebuie să controlăm prezentul". Or, trufia sau miopia politică în gestionarea crizelor blochează agenda globalizării, agravând „realităţile poroase" (Michel Maffesoli). În plus, în „teopractica postmodernă" (Steven Connor), postmodernismul şi postmodernitatea chiar dacă se susţin reciproc şi trebuie să accepte corecţii de orbită în efortul de postmodernizare a lumii întreţin „relaţii dificile şi variate", cauzate în principal de indistincţia dintre social şi cultural. Teoria, spun mulţi, ar fi — în bună măsură — vinovată de producerea condiţiei postmoderne, întreţinând fervoarea reflexivităţii şi impulsul spre „capturare sinoptică" (12, p. 7).

Este limpede că fenomenul media reprezintă simptomul societăţii postmoderne. Dar în noua lume a comunicaţiilor, idolatrizând piaţa, „diseminarea rapidă de semne şi simulacre" ne aruncă în *semiurgie*, cum spunea Douglas Kellner. În acest context putem oare crede că postmodernismul ar fi doar experienţa unei categorii sociale (în speţă, intelectualii)? Că aceştia se bucură, ca free-players de „tehnologiile libertăţii" într-un mediu aseptic, uitând că logica vitezei şi cea a profitului îndreaptă sistemul mediatic într-o direcţie catastrofală? Că vehiculul ia locul mesajului, că opera devine marfă şi că legea pieţei (eminamente democratică) satisface pulsiunile primare. Paradoxal, epoca noastră, diversificând oferta impune, prin „comercializare"

culturală, dictatura gustului unic, sărăcind peisajul. Sensibilitatea globală nu înseamnă acest formidabil expansionism mediatic, standardizator prin dumping cultural, cu efecte devastatoare. În plină postmodernitate, apostolii postmodernismului ar trebui să împiedice *deculturalizarea* în lumea-stat, afişând un optimism nepăsător, ignorând consecinţele. Agresivitatea culturii media anunţă, se pare, un nou totalitarism.

NOTE:

1. Mihaela Constantinescu, *Postmortemism*, în *Contemporanul — Ideea europeană*, nr 9 (441) / 1 martie 1999, Anul IX; a se vedea, pe larg, volumul semnat de M. C., *Forme în mişcare. Postmodernismul*, Ed. *Univers Enciclopedic*, Bucureşti, 1999.
2. Gianni Vattimo, *Societatea transparentă*, Ed. *Pontica*, 1995.
3. Jean François Lyotard, *Condiţia postmodernă*, Ed. *Babel*, 1993.
4. Mircea Martin, *Spre un Postmodernism neţărmurit?*, în *Luceafărul*, nr. 37/1996.
5. Liviu Petrescu, *Poetica Postmodernismului*, Ed. *Paralela 45*, 1996.
6. Matei Călinescu, *Cinci feţe ale modernităţii*, Ed. *Univers*, 1995.
7. David Lyon, *Postmodernitatea*, Ed. *Du Style*, 1998.
8. Claude Karnoouch, în *Contrafort*, nr. 12/1997.
9. Irina Stănciugelu, *Prefixul „post" al modernităţii noastre* (Studii de filosofia culturii), Ed. *Trei*, Bucureşti, 2002.
10. Maria-Ana Tupan, *Discursul postmodern*, Ed. *Cartea Românească*, Bucureşti, 2002.
11. Vezi şi cartea noastră *Elitism şi Postmodernism* (Postmodernismul românesc şi circulaţia elitelor), Ed. *Garuda-art*, 2000, îndeosebi capitolul *Există un Postmodernism românesc?*, pp. 70–97.
12. Steven Connor, *Cultura postmodernă*, Ed. *Meridiane*, Bucureşti, 1999; traducere din limba engleză de Mihaela Oniga.

GLOBALIZARE ŞI NEO-TRIBALISM

„În centrul culturii moderne
se află globalizarea; în centrul glo-
balizării se află practicile culturale"
(John Tomlinson)

Răsunătorul articol-embrion al lui Samuel Huntington, publicat în 1993 în *Foreign Affaires* şi dezvoltat într-o carte de succes (*The Clash of Civisations and the Remaking of World Order*), publicată trei ani mai târziu, insista asupra *faliilor civilizaţionale*, considerând că „marea diviziune între popoare şi sursa dominantă de conflict va fi cea culturală", reconfigurând politicile globale. Profeţiile expertului american nu pot fi expediate cu un rictus superior-didactic deoarece, între timp, a devenit de circulaţie teza că până şi proveniența terorismului este tot culturală. Dezagregarea, proliferarea nihilismului orb, deşertificarea spirituală definesc un „crepuscul planetar" (André Glucksmann), părând a confirma vehiculata idee a „sfârşitului Istoriei". Dar, din păcate, nu în sensul stingerii conflictelor ci al escaladei terorismului nihilist, tentaţia nihilistă fiind, indiscutabil, universală. Ea nu numai că bruschează valorile tradiţionale, cele care ne-au aşezat, prin proiectul iluminist, în universalitate, ci riscă chiar să le anuleze. Devenit cangrenă planetară, fenomenul terorist poate găsi o „explicaţie" şi în asimetriile lumii de azi, globalizarea la care asistăm dezvăluind inegalităţi flagrante. În paralel, *globalitatea* (Z. Bauman), încurajată de consumul mediatic, de lejeră accesibilitate impune un tip de practici de extensie pla-

netară, deloc străine de cultivarea televiolenţei, infantilizând publicul.

Cei care s-au grăbit să anunţe, prin previziuni entuziaste, triumful capitalismului global identifică, fără a-şi masca uimirea, alţi inamici, gata să-i cânte prohodul. Surprinzător, o reacţie de ultimă oră vine pe această direcţie din partea lui G. Soros, magnatul american descoperind (vezi 1), pe urmele lui Lenin, că — ineficient şi insuficient — capitalismul global, rămas fără adversar, se află în faţa colapsului. În *On Globalization*, Soros denunţă globalizarea necontrolată („deşănţată") şi fundamentalismul pieţelor (amoral), absenţa coeziunii sociale şi imposibilitate guvernării. Soros, surprinzător, ar vrea un Keynesism planetar, ascultând de un cod moral şi o societate civilă globală, „deschisă"; aşadar, un control sever, eradicând *problemele lăuntrice* care macină sistemul, conducând la explozia „tehno-globalismului corporatist" (2, p. 90). Nu discutăm aici în ce măsură tocmai miliardarul G. Soros ar fi îndreptăţit să ofere lecţii moralizatoare unei lumi clădită pe inechitate şi în care corul globalizant salută binefacerile procesului modelizator (inevitabil, dealtminteri).

Privind însă şi din celălalt unghi, vom nota că dacă *multidimensionalitatea globalismului* este de ordinul evidenţei, *profilul mentalitar al tribalismului* (3, p. 104) îmbrăţişează — ca reflex defensiv — un set larg de reacţii (de la ocultism şi ritualuri grupale până la intoleranţă şi terorism, acestea din urmă nutrite de fondul resentimentar). Chiar dacă azi putem vorbi de un „tribalism total", în sensul *tribului planetar*. Penetranţa media, interdependenţele în creştere înlătură izolarea economică, conservatorismul cultural, dogmatismul religios şi zdruncină, am văzut, sentimentul apartenenţei, loialitatea faţă de grup, tradiţii şi aspiraţii. O lume globalizată, interconectată, încurajând nomadismul pare a veşteji etnocentrismul. Totuşi, în pofida magiei tehnologice a epocii (instaurând ceea ce s-a numit „societatea mondială") reacţia identitară se manifestă la cote de alarmă. Trebuie să

recunoaştem, pe de altă parte, că mass-media au modelat comunicarea într-un mod *esenţial* şi extrateritorialitatea sau ubicuitatea par pentru mulţi indivizi din societăţile opulente soluţii la îndemână. *Era mediatică* obligă, spuneam, la redefinirea realităţii sociale. Dincolo de regula totalităţii, esenţială — metodologic vorbind — pentru profilul disciplinei, sociologia, cândva cu un destin incert, cercetând contextul societăţii globale va trebui să se apropie de realitatea virtuală, încorporând-o. Paradigma durkheimiană nu poate fi clintită, evident, dar „vremea fizicii sociale a trecut", ne prevenea, cu decenii în urmă, Tr. Brăileanu, invitându-ne la a descifra „temeiurile metafizice". Or, *virtualismul* nu poate fi ignorat decât cu riscul descalificării disciplinei. Invitaţia de a vizita spaţiul cibernetic (*cyberspace*) blochează, s-a observat, energiile revoluţionare şi fragmentarizează corpul societal. Dacă avem în vedere funcţia critică a sociologiei (proeminentă) şi condiţia disciplinei în postmodernitate vom fi de acord, alături de alţi analişti, că, actualmente, sociologia încurajează *status-quo-ul*; mai mult, virtualismul se dovedeşte un „paliativ al schimbării sociale reale" (3, p. 126). Între realitatea durkheimistă şi cea virtuală, sociologia nu are de ales; dar are obligaţia de a nu uita că obsesiv-invocata „libertate de consum" înseamnă un flux nelimitat şi nedigerat de imagini, favorizând prin electrobricolaj (3, p. 116) alterarea şi manipularea informaţiei / imaginii digitale. Şi că, deseori, ceea ce considerăm *schimbare* se vădeşte a fi doar o schimbare de imagine, o cosmetizare imagologică; în schimb rafinarea „controlului cultural" şi abstractizarea (superficializarea) raporturilor interumane sunt evidenţe care nu mai pot fi trecute sub tăcere.

Moraliştii globalizării mai au încă un subiect inepuizabil, supus tirului criticist: cultura „de consum". O piaţă globală înseamnă, negreşit, şi globalizarea consumului. Dar internaţionalizarea mass-media asigură difuziunea culturii occidentale, impunând „McDonaldizarea" (Tom Linson, 1990), „coca-colonizarea lumii" (Hunnerz, 1999),

standardizarea (simptom al unei civilizaţii în declin, după A. Toynbee). Modernizarea înţeleasă ca occidentalizare pregăteşte, după unele voci, tranziţia galopantă spre cultura universală. N-ar trebuie să uităm că astfel de experienţe imitative, transferul de tehnologie, preluarea tehnicilor de *human engineering* şi management şi, îndeosebi, proliferarea modelelor de consum alimentează tensiunea dintre omogenizare şi eterogenizare. Firească, interpenetrarea în epoca planetară nu poate fi evitată; metisajul e inevitabil, dreptul la diferenţă e şi el clamat zgomotos. Dar, ne întrebăm, modernizarea are alternative? Poate fi întruchipată altfel decât prin arhetipul de sorginte euro-americană? În plus, *cultura societăţii de consum* exprimă rolul de lider al Occidentului în pofida unor suspiciuni şi adversităţi iscate de această extensie planetară, dobândind rangul de cultură universală, pierzând însă orice legătură cu conştiinţa de clasă sau loialitatea faţă de comunitate, cum se întâmpla în zorii societăţii industriale. Acum hiperrealitatea lui J. Baudrillard, ploaia de simulacre chiar dacă nu elimină din ecuaţie condiţia habituală (clasă, generaţie, educaţie) şi nu exclud reacţia de indigenizare, fac din consumerism vectorul unui proces numit (impropriu, după noi) *westernization*. Şi care, întruchipând teza dominaţiei culturale, a şi fost taxat drept anticultural. Alexandr Kiossev vorbea chiar de „auto-colonizare". Cum SUA reprezintă port-drapelul acestei direcţii, este limpede că ofensiva critică îndreptată spre „prima societate globală din istorie" nu putea menaja *americanizarea* cu apetit imperialist. Discursul mondialist creşte la umbra acestei temeri. El manevrează un concept vag, proteiform, duşmănit de cei care se manifestă apocaliptic, îmbrăţişat apologetic de alţii care, dimpotrivă, văd în „noul cosmopolitism" soluţia convieţuirii. Convergenţa tehnologică şi presupusa naturalizare a modelelor culturale, în numele ofertei globale de modernitate, nu pot evita conflictele de interese cu teritoriul-gazdă. Şi nici dizarmoniile cu arhitectura sistemului internaţional. Iar *multiculturalismul*, ancorat în zona ideologicului şi

fluturat ca panaceu, se dovedeşte o vorbă goală câtă vreme n-are suportul educaţiei multiculturale. Abia multiculturalitatea favorizează coexistenţa culturilor, cunoaşterea şi interpretarea lor — la nivelul comparatismului axiologic — din unghiul antropologiei culturale. Dincolo de efectele benefice ale unor programe şi acţiuni politice, lansate în societăţile de mare diversitate etnică, confruntate cu problematica imigranţilor, multiculturalismul slujeşte, de fapt, doctrinei corectitudinii politice, dezavuată acum la nivel instituţional chiar în context american. Nu ştim dacă „zilele corectitudinii politice sunt numărate", cum afirma apăsat cineva (2, p. 90). Prin *Political Correctness* s-a ajuns, în conflict cu valorile tradiţionale americane, la eclectism şi totalitarism soft, politici de uniformizare şi consens manipulat; şi, mai ales, la supremaţia gălăgioasă a *drepturilor de grup* (group rights), implicit a identităţii de grup, noul tribalism erupând prin protecţionismul minorităţilor agresive. Faptul că intelectuali de calibru denunţă „filosofia" corectitudinii politice ar trebui să dea de gândit adepţilor de la noi. Şi dacă *intoleranţa progresistă*, propusă cândva de H. Marcuse (vizând „educarea" majoritarilor) era prizată de contracultura anilor '60, deconstruirea libertăţii burgheze (văzută ca instrument de dominaţie) ne aruncă într-un relativism care dinamitează chiar valorile-reper. Plonjăm în haosmosul râvnit de postmoderni. Acuzând totalitarismul epocii luminilor, născând o cultură hegemonică, teoreticienii de azi observă, pe bună dreptate, prin lentilă gramsciană (printr-un marxism reciclat, aşadar) că vechiul şi obsesivul determinism economic a devenit un insidios determinism cultural. Studiile serioase denunţă „înşelăciunea diversităţii" (vezi 2) care, sub flamura colectivismului multiculturalist aduce la rampă grupurile de putere, pozând într-o marginalitate „fără voce" (voicelles), dictatorială, de fapt.

Iar globalizarea îşi vede de drum fiind, deopotrivă, o realitate şi un proiect. Ascultă ea de logica managerială (global marketplace) sau a scăpat de sub (orice) control?

Iniţial, *mondializarea* (Théodore Lewitt, 1983) privea convergenţa pieţelor, asigurând într-o lume concurenţială omogenizarea stilurilor de viaţă. Treptat, transnaţionalizarea, departe de a se limita la sfera financiară a impus reconstrucţia instituţiilor internaţionale sub semnul unei *pax americana* şi a provocat alertă identitară (vezi 4). Este indubitabil că ipoteza egalitarismului cultural (a relaţiilor interculturale egalitare) nu stă în picioare după cum tentativele de asimilare şi reducţionism, de subminare a culturilor majoritare prin devalorizare nu pot rămâne fără replică. Câmpul cultural este tensionat. Ideologia globalitară crede într-un numitor comun transnaţional. Dar, sub ofensiva *Netwar*-ului se perpetuează o lume asimetrică şi asincronă, cu responsabilităţi dizolvate. Pe de altă parte, *rezistenţa* la tăvălugul globalizării se manifestă, uneori, virulent afişând credinţa în standardele culturii proprii (norme, valori), sfârşind într-un etnocentrism inevitabil. Sau impunând, ca proces invers, fragmentarizarea / parcelarea lumii printr-un interes excesiv, autonomizant, acordat comunităţilor religioase, ocupaţionale, regionale; deci contraculturilor sau subculturilor ancorate în local.

Totuşi, globalizarea nu poate fi stopată. Întrebarea e dacă fenomenul va urma cu docilitate reţeta americană şi dacă „diabolizarea" Americii (devenită o superputere) va continua. Schiţând un răspuns, pe linia unor mai vechi preocupări (a se vedea *Ni Marx ni Jésus*, Laffont, 1970), Jean-François Revel decripta recent „obsesia antiamericană" (5), observând că de la vechiul binom invidie / dispreţ America pare a fi trecut — în ochii lumii — la o „animozitate decuplată". Ne îndoim că aşa stau lucrurile, îndeosebi în spaţiul islamic. Oricum, J.F. Revel, preocupat să măsoare distanţa dintre *viziune* şi *realitate*, era îndreptăţit să noteze că ceea ce numim cultură de masă (cultură în sens „relaxat") nu cuprinde „totalitatea vieţii culturale" (5, p. 196) şi nici nu atinge profunditatea, epuizând „americanizarea"; după cum America, devenind „laboratorul mondializării liberale" îşi

exercită voluntar rolul de lider, oferind soluţii (nu toate bune, cum notează acid autorul). Rămâne de văzut dacă această *societate-laborator* (7, p. 32), un centru de putere cum au existat dealtfel atâtea, fluctuând, în toate epocile, remarcabilă prin capacitatea inovativă, va proba un *leaderschiph* profitabil sau ruinător. Fenomenul, atrage delicat atenţia Revel, este deopotrivă politic şi cultural. Dealtfel *rata occidentalizării* cunoaşte reacţii diferite (respingere, kemalism, reformism, „auto-colonizare" etc) şi afirmarea unei culturi globale, asigurând dominaţia Occidentului, este văzută ca un nou tip de imperialism (6, p.117), exercitat printr-un silenţios *control cultural*. Astfel, scena globală, sperând într-o „asociere planetară", cunoaşte o omogenizare crescândă la suprafaţă; în paralel, prin seducţia culturii Occidentale suntem martorii unor „efecte colaterale" (6, p.117), conducând la stingerea unor culturi particulare. Ceea ce, indiscutabil, este un atentat la diversitatea culturală a lumii, motivând şi răbufnirile etnocentriste.

Dar globalizarea se anunţă ca „destin implacabil" (7). Invazia electronică la care asistăm a configurat o „eră de masă" (*mass-age*), o lume media în mişcare (8, p. 11), nescutită de ceea ce s-a numit „eroziune electronică" (8, p. 156). Să fie, în acest context, supremaţia Vestului inatacabilă, asigurată pe termen lung? Ni se pare îndoielnic. Mai ales că actualul raport de forţe este în necurmată prefacere (iscând alianţe imprevizibile) iar *ponderea demografică* a Occidentului a scăzut vertiginos (reprezentând aproximativ 14% din populaţia lumii). Rolul de gardian al civilizaţiei (sau, mă rog, de „şerif planetar"), dincolo de costuri, ascunde pericolul maleficităţii dacă, în numele voluntariatului, îşi propune să conserve prin forţă ordinea actuală, aflată — se vede bine — într-un echilibru precar. Cândva cercetările etnologice se centrau pe sublinierea diferenţelor culturale în societăţile exotice; azi, interesul pare a se fi deplasat spre evidenţierea fondului comun al *omului global* vs *omul local*, în contextul unei confuzii care face carieră.

echivalând argumentul democratic (mediatic), de tip plebeu cu cel cultural (elitar). Încât, insidioasa presiune totalitară, antrenând ofensiva subculturii (*pop culture*), relativizând valorile devine, în termenii lui Jack Goody, chiar „procesul de ştergere" a culturilor locale. Bazându-se, probabil, pe realitatea decalajelor, Sorin Alexandrescu respingea ipoteza „conspiraţiei" statelor puternice şi era convins că noi „nu suntem aşa pândiţi de globalizare". Ea bate însă la uşă! Alerta identitară are o solidă motivaţie şi îndreptăţit, credem, acelaşi Jack Goody vorbea despre *barbaria culturii globale*.

*

Devenind general-accesibilă, cultura s-a „revărsat" asupra societăţii, observă Douglas Kellner (9, p. 332). Ar fi interesant şi profitabil să urmărim despre ce cultură este vorba. Devenind piaţă, mediul cultural s-a extins incredibil dar, pe de altă parte, după bătălia istorică (văzută de mulţi analişti ca un succes definitiv) câştigată de Occident, provocând colapsul comunismului, se cuvine să observăm că etaloanele occidentale sunt *în curs de universalizare*. Evident, ansamblul mediatic — devenind un invincibil mecanism ideologic — promovează în forţă această cultură. Mass-media, s-a spus, au devenit *arena vieţii sociale* şi judecătorul ei „public". În era comunicării, *satul planetar* suportă această globalizare mediatică. Atotputernicia media este indiscutabilă devenind, iarăşi s-a observat (de mult), cele mai importante instrumente de manipulare. Ca vital canal de comunicare socială, mass-media se coştientizează pe sine ca forţă (6, p. 347), controlând fluxul informaţional, arogându-şi rolul de „mână invizibilă". Mai mult, pentru Alexandr Zinoviev media este chiar „biserica occidentalismului" (10, p. 349). Se impune să stăruim asupra acestei constatări, nu fără a aminti că media, în ansamblu, constituie şi o prosperă întreprindere economică, această dublă condiţie întreţinând / favorizând un sistem pervertit de evaluare.

Pentru Zinoviev, preocupat de a descrie „fenomenul Occidentalismului" (tocmai în sensul *occidentalizării* lumii), esența rezidă în „a cuceri lumea pentru sine" (10, p. 436). Este de ordinul evidenței că societățile de tip occidental constituie azi *modelul* (râvnit, impus, importat etc), generalizarea lui consfințind un triumf la scară planetară. Dar confiscând, astfel, și „istoria care urmează" (10, p. 422). Ar trebui să ne întrebăm dacă acele state, înghesuite sub umbrela Occidentalismului au reacționat întotdeauna unitar sau dacă alinierea la o „directivă" e singurul lor răspuns posibil. „Cortina de fier" (recomandată de Churchill, în 1946) urma să blocheze penetrarea sovietică și toată perioada războiului rece a impus disciplina „de bloc". Tendința spre unitate a evidențiat însă ideea (reluată stăruitor de Zinoviev) că integrarea nu este un bine absolut (10, p. 429) și că, oricum, ea se desfășoară conflictual, dincolo de „vitezele" diferite de evoluție și tipul de metabolism al fiecărei societăți. Societățile sunt amestecate iar purismul este exclus. Însăși „compactarea" omenirii este o idee occidentală și ea slujește intereselor Occidentului, doritor a coloniza Planeta. Motivația globală poate fi îmbietorul standard de viață (10, p. 325), însoțit — regretabil — de o devalorizare psihologică. Dar a vedea occidentalizarea doar ca misiune umanitar – civilizatoare, ignorând motivațiile ce țin de sfera de interese strategice, la nivel geopolitic ar însemna să privim lucrurile cu o vinovată naivitate. E drept, fenomenul occidentalismului ca motor al progresului atrage, voluntariatul se exprimă prompt, ispitit de argumentul abundenței în drumul „spre suprasocietate" dar capacitățile dominatoare, chiar disimulate, răzbat. Sintagma lui Zinoviev, cel care vorbea iritat despre *o democrație colonială* a făcut carieră și numește o evidență. Trebuie să înțelegem că globalizarea în spirit occidental înseamnă, firesc, o coexistență care implică ierarhia, structurarea verticală. Implicit, asumarea rolului de metropolă a imperiului mondial prin „americanizare". Tendința e slujită și de neputințele cadrului

statal (devenit, brusc, „prea strâmt") pentru soluționarea pahetului problematic. Occidentalizarea vine să sprijine zelul imitativ al unora, prompți în a se alinia, inclusiv prin atentatul la „specific", supunându-se „controlului cultural". Neajunsurile existenței locale sunt vizibile prin racord planetar; dar, pe de altă parte, „eliberarea" de constrângerile locale nu ne poate împiedica să observăm că viața noastră e, de fapt, *localizată* în pofida nomadismului planetar, în ofensivă. Globalizarea, spun experții, divide și unește în egală măsură. A pune în discuție rădăcinile fenomenului și efectele lui sociale, departe de a fi unitare (cum explică Z. Bauman) înseamnă a descifra până la urmă noii parametri ai condiției umane. Adică, segregarea spațială dar și comprimarea spațio-temporală, decodarea sensului în absența controlului și, mai ales, al dispariției centrului. Fiindcă tensiunea global/local indică o extrateritorializare a „centrelor de producție a semnificației", diluând forța decizională, iar proiectul societății mondiale, construit pe ipoteza hegemoniei americane (având la îndemână piața mondială) pleacă de la supoziția că am intrat în epoca postrevoluționară. Sau, în termenii lui Zinoviev, într-o *epocă postdemocratică* în care, acceptând o nouă structură imperială, toate procesele principale se vor desfășura în lumea occidentală și sub controlul „occidentaloizilor". „Westernizarea", anunțată încă de Toynbee nu pare a se crampona de morală. Tot Zinoviev, de altfel, privind la scara Istoriei, ne previne: „societăți morale nu există" (10, p. 323). *Noua epocă totalitară* (prefigurată) obligă la o lucidă analiză, divulgându-și contradicția: pe de o parte, aroganța super-puterilor (asumându-și și o povară financiară, în cazul SUA, ruinătoare — după noi — pe termen lung), pe de altă parte reacțiile celor care încearcă să reziste, apărându-și identitatea și repunând în discuție conceptul (ofilit, blamat, spun unii) al naționalismului, condamnat fără nuanțe, împovărat — prin etichetări mediatice — doar cu o repudiabilă conotație negativă. Există însă un naționalism decent, străin de vigurosul

fandamentalism, de puseele de xenofobie ori şovinism; oricum, dependent de limbă şi „sufletul" etnic, predeterminând un stil de producţie culturală (matrice stilistică) şi care, în replică la fenomenul de-localizării, invită la o adâncire în ideomatic. El nu se suprapune naţionalismului latent ori, cu atât mai puţin, celui „negociabil" (cum ar recomanda Ch. King). În faţa „suprasocietăţii globaliste occidentale", descoperindu-şi — şocată — propriile vulnerabilităţi, ceilalţi ori „se vând" (aşteptând recompense), ori îmbrăţişează hibridarea, ori rezistă, acceptând rezonabila formulă a identităţilor concentrice (local, regional, naţional, global).

De fapt, fundalul hedonistic al epocii maschează virulenţa ei ideologică, descărcată mediatic sub ambalaje mincinoase. Marşul umanităţii spre un sens global (confuz şi difuz) şi-a găsit refugiul în supremaţia divertismentului. Anesteziată, ea pare a traversa o „euforie perpetuă" (Pascal Bruckner). Refluxul euforiei e denunţat de noul sindrom care bântuie lumea vestică: *sindromul vulnerabilităţii*. Redomesticirea lumii ar fi urgenţa momentului câtă vreme chiar Planeta e primejduită. Globalizarea presupune un spor de responsabilitate, identificarea soluţiilor salvatoare, detensionând focarele „tribaliste", nicidecum refugiul într-o globalizare mediatică narcotizantă, iresponsabilă, de fapt.

Acelaşi autor, atent la prăbuşirea ideologiilor, nota într-o carte recentă (vezi *Misère de la prospérité. La religion marchande et ses ennemis*, Paris, Grasset, 2002) că *economismul* (ca „ultimă spiritualitate") a devenit o „religie civilă" într-o *lume-cazinou*. Goana după super-profit, mercantilizarea vieţii, idolatria banului şi descumpănirea pe care o traversează omenirea împiedică sperata reconstrucţie a valorilor pe o „planetă financiară". Altruismul e strivit de egoismul feroce al celor puternici şi, în consecinţă, sensul comunitar se diluează. Implicit, grija pentru un viitor (comun). O altă observaţie a lui Pascal Bruckner merită, şi ea, tot interesul: dacă profitul e individual, *pierderile se socializează*, afectând, prin consecinţe, întreaga umanitate. Dar inconştienţa pare a stăpâni această frenetică, sinucigaşă până la urmă, cursă.

NOTE:

1. George Soros. *Despre globalizare*. Ed. *Polirom*, 2002, traducere de Silviu Lupescu
2. Ovidiu Hurduzeu, *Antiamericanismul „corectitudinii politice"*, în *Convorbiri literare*, nr. 12(84)/2002, p. 85-90
3. Achim Mihu, *Sociologie generală*, vol I, Ed. *Napoca Star*, 2002
4. *Globalism şi dileme identitare* (Perspective româneşti), Culegere de Studii editată de Alexandru Zub şi Adrian Cioflâncă. Ed. Universităţii „Al. I. Cuza", Iaşi, 2002
5. Jean-François Revel, *L'obsession anti-américaine*. Ed. *Plon*, 2002
6. Achim Mihu, *Antropologia culturală*, Editura *Dacia*, Cluj-Napoca, 2002
7. Zygmunt Bauman, *Globalizarea şi efectele ei sociale*, Editura *Amet*, traducere din limba engleză de Marius Conceatu
8. Paul Levinson, *Marshall McLuhan în era digitală*, Editura *Librom Antet SRL*, 2001; traducere Mihnea Columbeanu.
9. Douglas Kellner, *Cultura media*, Institutul European, Iaşi, 2001; traducere de Teodora Ghivirigă şi Liliana Scărlătescu. Prefaţă de Adrian Dinu Rachieru.
10. Alexandr Zinoviev, *Occidentul — Fenomenul occidentalismului*. Traducere de Nadejda Stahovschi, Ed. *Vremea*, Bucureşti, 2002

SINUCIDEREA AMERICII?

„Simțim că o civilizație are
aceeași fragilitate ca și o viață"
(Paul Valéry)

Formulată tranșant de John Sielber, întrebarea dacă America mai poate fi salvată frisonează lumea vestică. Voci îngrijorate, pendulând meditativ între cauze și soluții, denunță decăderea societății americane, în principal datorită ignorării principiilor morale prin goana achizitivă și pragmatismul infuzat, setea posesiei devenind o stare psiho-ideatică. Și dacă moraliștii deplâng, în primul rând, dezinteresul pentru educația tinerei generații, sedusă doar de mirajul bunurilor moderne (valorile occidentale devenind, după Zinoviev, un „sistem al tentațiilor"; vezi 1, p. 320), politologii privesc chestiunea la scară planetară. Judecând la acest nivel putem spune și noi, alături de „profetul" Emmanuel Todd, că SUA „sunt pe cale de a deveni o problemă în lume" (2), instituționalizând o stare permanentă de război, odată cu asumarea rolului de „șerif planetar", provocând „rupturi" în dreptul internațional.

După destrămarea Imperiului Sovietic și dispariția hinterlandului, *lumea bipolară* a devenit o amintire. Politologii ne reamintesc însă că orice echilibru este rezultatul acțiunii simultane a două tendințe opuse. Cum opoziția de altădată s-a stins, lumea de azi este încercată de numeroase dezechilibre (parțiale și tranzitorii), și ele elemente necesare Ordinii Totale. În haosul epocii noastre, eforturile de redresare și reînnoire, numeroase și divergente, par a accepta un arbitru: *SUA*, ca unică superputere. În tentativa de a descifra

ce ar putea fi viitorul, o nouă opoziție își face loc pe axa politicii mondiale. Ecuația zilelor noastre ar fi: VESTUL și RESTUL. Potrivit lui Samuel Huntington, stăvilirea ascensiunii confucianismului și islamismului (firește, prin exploatarea divergențelor) indică drept sursă a conflictelor „ciocnirea civilizațiilor". *Liniile tectonice dintre civilizații* vor marca harta viitorului, sfidând ordinea de azi. Între timp, faimosul comentator de la *Foreign Affairs* și-a mai îndulcit concluziile și față de articolul din 1993 (găzduit de pomenitul Jurnal academic, iscând vâlvă), cartea consacrată „refacerii ordinii mondiale" (1996), ajustând strategiile politicii americane, renunță la vechea infatuare și acceptă drept teză că *Occidentul este unic dar nu universal*. Așadar, S. Huntington nu mai pune semnul egalității între modernizare și occidentalizare și, mai mult, observă că „ceea ce pentru *Vest* este Universalism, pentru *Rest* este imperialism". Atracția pentru valorile și civilizația occidentală se însoțește cu declinul capacității de a le impune iar credința că modelarea ar fi posibilă prin forță, dincolo de imoralitatea ei, nu face decât să alimenteze amintita corelație: cea dintre universalism și imperialism. Rezultă că Occidentul, singur, nu reprezintă Civilizația omenirii; că modernizarea, chiar forțată, hibridând valorile nu poate ignora nici *teza cocacolonizării*, căzând în ceea ce — nu doar în deriziune — s-a numit „Magna Mac"; în fine, că lumea spre care ne îndreptăm, chiar invadată de infatuatul americanism, este departe de a fi sau de a deveni *omogenă*. Și cum efortul de a promova civilizația occidentală drept civilizație universală dovedește, în paralel, și scăderea capacității de a o înfăptui, analiștii, ușor alarmați, iau notă de evidențe; se întinde „indigenizarea"! S. Huntington observă că în societățile neoccidentale nu opțiunile prooccidentale garantează succesul electoral (am zice că dimpotrivă) după cum mobilizarea populară (și ea, vizibilă) contra elitelor (bănuite de prooccidentalism) ne așează în fața unei ciudățenii: în lumea

pluralistă, cea care stă să se nască, democratizarea intră în contradicție cu occidentalizarea!

Evident, tezele lui Huntington sunt de dată recentă. Iar în „demonstrația" noastră ne vom sprijini și pe lucări mai vechi cum ar fi, bunăoară, cartea lui René Guénon, *Criza lumii moderne*, ivită în 1931. Să spunem, întâi, că autorul invocat privește din perspectiva „intelectualității pure" și pornește de la premisa că „occidentul și-a pierdut elita" (3, p. 178). Așa fiind, el descoperă în haosul social al epocii sale, răscolită de eforturile nivelatoare și fantoma egalitarismului, că ideea democratică, bazându-se pe forța numerică, ar conduce tocmai la negarea elitei și a rolului său director. Cum „adevărata elită este una intelectuală" (3, p. 136), asistăm la un proces substitutiv: inventarea elitelor false. Pe de altă parte, dezordinea mentală (obsesiv invocată), verbalismul și utilitarismul „aproape instinctiv" (3, p. 147), orizontul terestru în care se mișcă și valul ipocriziilor moraliste fac discutabilă mândria modernilor de a fi atins un pisc civilizatoriu. Noi vom împărtăși aceeași soartă (ca atâtea alte civilizații), ne previne Guénon; civilizațiile ascultă de „legile ciclice" și ieșirea din „vârsta sumbră" (Kali-Yuga) ne îndreaptă spre „panta fatală" (3, p. 148).

Nu e oare nimic de făcut? Călăuzele noastre sunt „oarbe" (cum spune Evanghelia)? În antiteza Orient-Occident, blamând tocmai „devierea" occidentală, filosoful francez vorbește de pierderi definitive și „fantezii inconsistente" și, mai ales, de *spiritul antitradițional* al Occidentului, cele două „realități" fiind văzute ca „moduri spirituale și nu entități geografice" (3, p. 55). Iar distincție (adică, diferență) nu înseamnă, neapărat, opoziție. Ea se agravează însă tocmai prin triumfalismul tehnicist și „barbaria materialistă", anunțând „sfârșitul unei lumi", purtând pecetea satanismului. Iată de ce spiritul modern (ca fenomen exclusiv occidental) conduce la „retragerea" spiritului tradițional, repliat tocmai spre a renaște; iar dezordinea (generalizată) îl îndreptățește pe Guénon să denunțe într-un întreg capitol „invazia

occidentală", chiar dacă unii dintre contemporanii săi (precum H. Maussis) găseau că e mai nimerit să pledeze pentru „apărarea Occidentului", asaltat de „propagandiști orientali".

Dincolo de apropierea „diplomatică", născând efecte iluzorii și tratate inutile, rămâne neputința unui acord real; sau, mai exact, incapacitatea de a-l înțelege pe celălalt. Acordul asupra principiilor mută discuția „pe teren pur intelectual", invitând la coerență și rigoare, descoperind — în pofida „devierii moderne" (pe care Guénon nu ezită să o califice drept diabolică) — fundamentele. Sarcina urgentă ar fi tocmai reconstituirea elitei. Poate ea să se formeze în Occident? Întrebarea lui Guénon nedumerește (în cel mai fericit caz). Pentru cineva care judecă din perspectiva lui Guénon, acuzând singurul ei sens de dezvoltare (exclusivismul materialist), evident că „naufragiul" actualei lumi nu e doar o profeție neagră; după cum, transformând progresul într-o „dogmă laică" (3, p. 125), Vestul nu ar trebui apărat ci, dimpotrivă, reformat. O reformă a Occidentului înseamnă restaurarea tradiției; adică, o apropiere de Orient. Amintim în treacăt că, pentru Guénon, singurul depozitar al spiritului tradițional ar fi catolicismul, apt să inaugureze o conștiință a Universalității; că latențele sale ar putea reactiva „înțelegerea pierdută", inclusiv o corecție de orbită. Oamenii, constată filosoful, nu mai sunt mulțumiți de dezvoltarea *exclusiv-materială* a civilizației moderne. Iar soluția salvatoare ar fi, spuneam, *re-apropierea* de Orient. Reacționând împotriva spiritului modern, René Guénon se vrea doar un mediator între cele două lumi (pe care la cunoaște, e drept, din interior). Denunțând „eroarea spiritistă" ori degradarea spiritualității ezoterice, el acuză contrafacerile moderne și cere, imperios, reintrarea Europei la un imprecis și imuabil „spirit tradițional". Evident, nu putem vorbi de o discontinuitate absolută. După cum, ideea „sfârșitului lumii" nu îmbracă aici un sens total. Dar *La Crise du Monde moderne* trăgea (și ea), într-un context crizist, un semnal de

alarmă, arătând cu degetul spre un subiect bătătorit: *decăderea bătrânei Europe*. Cartea lui Guénon conjugă perspectivele; avem, pe de o parte, istoria profană, conducând la „solidificarea materialistă", animată de o evoluţie lineară, iar, pe de altă parte, istoria sacră, acceptând ca o fatalitate teza degradării ciclice, cu fireştile degenerări şi regenerări. Încât, *decăderea Europei* (o bănuială preexistentă cărţii lui O. Spengler) devine chiar o certitudine. Şi, astfel, Ortega y Gasset consacră în *Revolta maselor* un întreg capitol (al XIV-lea) chinuitoarei întrebări: *Cine comandă în lume?*, pornind de la premisa că hegemonia europeană s-a terminat. Cum migraţia centrelor de putere nu poate fi tăgăduită (chiar fără a invoca autoritar lecţiile „filosofiei istoriei"), eseistul spaniol constată o *schimbare de gravitaţie istorică*. Dincolo de spectacolul firesc al popoarelor „mici" sau de realitatea „popoarelor-masă", cu zel copist, supremaţia Europei pare a fi apus. „Comanda" europeană a impus un stil de viaţă care defineşte strălucitor „vârsta modernă", iar vechile „insule de umanitate", fecundate tocmai de deplasarea capricioasă a centrelor de putere se manifestau regionalist. Acum există condiţii ca influenţa autoritară să se exercite la scară planetară. Întrebarea de neocolit e lesne de bănuit: cine o face? Sau, mai exact, cine o poate face? Ortega y Gasset se încumetă să răspundă şi, pentru vremea lui, nu găseşte un aspirant la comanda lumii. Nu există „o umbră de înlocuit", scrie el, mâhnit. Sub „camuflaj istoric" vieţuind, atât Moscova cât şi New York nu sunt pregătite pentru acest rol. Să nu uităm, *La rebelión de las masas* apărea în 1930 şi spaniolul denunţa „pelicula de idei europene" (în speţă, marxismul) a unui popor în fierbere (în primul caz) sau tinereţea, asociată cu tehnicismul şi utilitarismul, valabile pentru americanism. Pentru moment, vieţuind prin „camuflaj istoric" (să nu uităm trecutul colonial la Americii) cei doi coloşi nu puteau aspira, aşadar, la comanda lumii — iată concluzia lui Ortega y Gasset. Şi nu puteau năzui la o tonifiantă „conştiinţă a conducerii". Dar, între

timp, situaţia lumii s-a schimbat. Azi, *mondializarea* bate la uşa unui mileniu care abia a început. Accelerarea dezvoltării a spulberat iluzia stabilităţii, întreţinută de o evoluţie lentă. Redefinirea puterii e, şi ea, o cerinţă presantă, aducând în prim-plan forţa economică şi reţelele financiare oculte, iar globalizarea pieţii se asociază cu „internaţionalizarea" securităţii. Permeabilizarea frontierelor (după decembrie '89) înseamnă, regretabil, şi internaţionalizarea crimei organizate, a invaziei de violenţă şi sex şi, nu în ultimul rând, a standardizării consumului cultural. O nouă cultură de masă, de dimensiuni planetare, supune global riscului uniformizării prin terorism imagistic. Cultura „fără frontiere" nu înseamnă, în acest context, şi protejarea diversităţii culturale. Contaminarea (prin focarele de creaţie) se desfăşoară într-un singur sens şi glorifică oferta subculturală. Vechea trufie europeană, cea de a fi un focar la nivel mondial, cucerind lumea, se vede eclipsată de „inundaţia" americană, excitând „noii" demoni: economicul, intoleranţa, violenţa.

Reamintim că eseistul spaniol acuza criza „credinţei europene" şi prăbuşirea încrederii în normele ei. Poate deveni Europa *o ultranaţiune?* Conviețuirea nutreşte un internaţionalism confuz. Şi dacă acceptăm că naţiunea poate fi o limită (ciocnindu-se de propriile ei obstacole), a o decreta o existenţă consumată în numele unei mentalităţi (zisă europeană, ignorând existenţa naţiunilor şi minimalizând aportul cultural al altor zone) poate să instaureze un „şovinism continental" (nota, caustic, un analist). Dar ca să fim drepţi, ceea ce numim o „mentalitate europeană împărtăşită" înseamnă — de fapt — o surdă rivalitate. Să nu ne iluzionăm că acel frumos îndemn de a ne trăi *împreună* identitatea a stins orgoliile etnice. Sau că identitatea europeană n-ar fi tensionată (cazul francofoniei în „duel" cu limba engleză). Ca să nu mai amintim că, altădată, Europa era reprezentată de o „trinitate" (Franţa, Germania, Anglia) şi că bătălia pentru supremaţie, mult mai subtilă azi, n-a încetat. Devitalizarea preceptelor europene, chestiune asupra

căreia se bate multă monedă, nu este — nici ea — o demonstraţie încheiată, scutită de pasiuni belicoase. Iar *mentalitatea europeană* (având ca suport un mozaic etnic) nici nu poate invoca o rasă „pură" câtă vreme aluviunile (influenţele externe), potrivit unor voci autorizate, ar reprezenta cca 80% din zestrea continentului. Încât, demoralizarea ar trebui vestejită iar politica noastră „stătută", înfeudată diplomaţiei mioritice s-ar cuveni, credem, să abandoneze servilismul. În fine, ofensiva „propagandistică" românească e cu atât mai necesară cu cât vestul continentului pare dezinteresat şi nu se permeabilizează. Sub presiunea lobby-urilor, admiţând că „naţiunea" se şi face (în sensul re-facerii imaginii) am putea lucra, în noul context imagologic, agitat — deopotrivă — de seismul mondializării şi de sectarismele etnice, la restrângerea acestei necunoaşteri, conjugând dorinţa deschiderii cu teza protecţionismului cultural, apărând specificitatea. Popoarele, avertiza acelaşi Ortega y Gasset, au şansa „schimbării de distanţă", dobândind — în timp, firește, prin „mişcarea" opiniei publice — un alt „rang" istoric. Cu o condiţie însă, azi vitală: cea de a asigura o bună informaţie. Or, dacă eseistul spaniol refuza Americii interbelice rolul diriguitor pe motiv că „n-a suferit încă", în zilele noastre, profitând şi de rivalităţile europene, mascate ori la vedere, SUA îşi exercită misiunea (autoimpusă) de „jandarm planetar". De prisos să adăugăm că succesul ei depinde şi de *puterea spirituală* pe care o poate dovedi contagios America. Altădată, Waldo Frank, pledând pentru „redescoperirea Americii" (pornind, negreşit, de la premisa unei Europe agonice, fără a trece de la temeri la fapte) folosea drept argument-forte „puterea de guvernare". Culturalicește însă, „blocul" american, construit prin migraţii succesive, oferă stratificate „nivele de alteritate". Ca să nu spunem că însăşi raportarea la tradiţie înseamnă, obsesiv, invocarea Europei.

Iar integrarea, reamintim, este, de fapt, *euro-atlantică*. Ceea ce îndeamnă la o examinare a raporturilor

Europei cu America (S.U.A., bineînţeles). Vom fi de acord că rădăcinile culturii americane sunt în Europa şi că aceasta, în viziune hegeliană, ca subiect al istoriei universale poate cădea acum într-o „autoflatare dubioasă" (4, p. 190). Mai ales că în contemporaneitate raporturile s-au inversat şi Europa, azi, pare o prelungire a iniţiativelor americane (4, p. 181). De unde şi virulenţa unor reacţii antinomice, vehiculând o clişeistică ce împiedică o receptare corectă, fie caricaturizând, fie exaltând o Americă până la urmă fictivă. Impactul american, după implicarea wilsonismului (fluturând teza atrofierii „economiilor naţionale") s-a izbit de gaullism, opunând „măreţia naţională" şi rigiditatea frontierelor statelor-naţiuni. Dar o cultură, se spune, este sinteza mai multor culturi. Încât unii analişti, departe de a accepta segregarea lor (invocând tradiţii civilizaţionale distincte) pledează pentru convergenţă. Cazul chiar al profesorului Andrei Marga, convins că nu putem vorbi despre două culturi distincte, ci de o cultură euroamericană (4, p. 126), doar ideologiile „diversioniste" împiedicând această recunoaştere.

Sub ofensiva culturii media, conducând la globalizare, teza lui A. Marga pare credibilă. Dar un amendament (esenţial!) se impune. Planeta se „americanizează" tocmai prin această ofertă mediatică, impunând un *transconsumerism* de suprafaţă, prin simbolistică (vizibilă şi accesibilă); cazul „mcdonaldizării", de pildă. E greu de crezut că aici sunt infiltraţii europeiste. Mai ales că Europa însăşi se simte „invadată", încercând, timid, a lansa iniţiative de protecţionism cultural. Să ne amintim apoi că încă prin 1931 K. Jaspers, atent la incipienţa masificării, trăgea un semnal de alarmă avertizând — filosofic — asupra fiinţării umane privată de specific şi recunoscând neputinţa şi dirijabilitatea masei: „Lumea pare a trebui să cadă în mâinile media". Ceea ce s-a şi întâmplat! Proporţiile manipulării s-au extins şi un Michel Foucault (1975) considera chiar că nu trăim într-o societate a spectacolului (cum a fost definită *era mediatică*)

ci într-o terifiantă societate a supravegherii. Totuşi, nu putem ignora faptul că rapida refacere postbelică a vestului european s-a realizat printr-o masivă asistenţă americană (Doctrina Truman, Planul Marshall, programul Fullbright). SUA au fost „principalul lobbist" în relansarea „Micii Europe" şi în unificarea ei, admiţând aici şi observaţia — de neocolit — că pe acest teren au fost răspândite valorile americane. Aşa cum şi „americanizarea" lumii se desfăşoară insidios, nu prin brutal tezism doctrinar. Dar n-au lipsit nici proiectele care încercau să ofere Europei rolul unui nou centru de putere. Să ne gândim la misiunea mediatoare (între liberalismul american şi bolşevismul sovietic) pe care o propunea un Alfred Weber. Acest miraj al celei „de-a treia forţe" s-a spulberat însă şi, până la urmă, Europa vestică, acceptând sciziunea ideologică a continentului în vremea „războiului rece", şi-a regăsit — cu sprijin american — unitatea şi identitatea. Inutil să precizăm că acest ajutor a fost, în principal, motivat prin dorinţa de a contracara expansiunea sovietică.

De altfel, opoziţia *lume nouă/lume veche* „denunţa" relaţia de alteritate cu bătrânul continent, agitând — prin multiculturalism — mitul consensului (S. Bercovitch), fortificat prin *excepţionalism*. Chiar aşa fiind, ar trebui să ne întrebăm (şi ar fi cazul să o facem responsabil) dacă *stilul american* propagat frenetic, merită succesul planetar. Şi dacă nu, ce (şi cine) i s-ar putea opune?

Mai la începutul veacului trecut, o revistă de cinema titra că America e „singura ţară care contează". Afirmaţia nu privea însă (doar) industria filmului. Între timp, sensibilitatea europeană pare a se fi împăcat cu „reţeta" americană, grijulie cu propria-i imagine (printr-o reclamă industrioasă). În fond, fobia insuccesului şi *estetica blockbuster*-ului (cum numea Kent Jones „croiala" filmelor menite a asigura profituri peste suta de milioane de dolari) recunosc supremaţia pieţei. Doar eticheta „marketable" (bun pentru piaţă) este veritabila ştachetă iar „rezervaţia hollywoodiană" (un „vis pozitiv",

corectând viaţa) cheamă în sprijin blocajul mitologic. Acest ciudat aliaj, hibridând pragmatismul feroce cu *irealitatea* nutrită de pulsaţii mitice, mai puţin interesată de articulaţiile lumeşti, terorizată însă de fobia eşecului şi ameninţată din toate părţile de sentimentul alienării „fac" *vulnerabilitatea* Americii. O Americă neîncercată de senzaţia ridicolului, trufaşă şi consumistă, violentă şi performantă, sărăcind, de fapt, umanul. Ce poate fi *cultura de supermarket* dacă nu un progres al neobarbariei (cum numea Octavian Paler „cu melancolie", acest şoc barbar) venit — e adevărat — dinlăuntrul civilizaţiei. Imbecilizarea publicului se desfăşoară triumfal. Moda americană dezvoltă, incontrolabil, mijloace alienante. Iar discuţiile despre *noul umanism* par a fi eşuat într-o interminabilă „sporovăială" umanitară. Este prea evident că, alarmată şi îngrijorată, filosofia nu mai ţine pasul. Că *teza celor două culturi*, „coexistând schizofrenic" (cum scria E. Morin în *Metoda* sa, încercând o revoluţie paradigmatică prin „educaţie circulară") nu face decât să evidenţieze o criză multiformă. Că „marea paradigmă a Occidentului", disociativă, nedialogică, nu e capabilă să patroneze o schimbare de „peisaj mental" (*mind-scape*). Şi că în absenţa acestei schimbări, clivajul împiedică buna „conversaţie culturală". Iar fără *reproblematizare*, „cultura ştiinţifică" nu va regăsi întrebările fundamentale şi acel ideal comun de inteligibilitate, mulţumindu-se — în termenii lui Morin — cu o „interfecundare clandestină".

*

Considerată de unii analişti plauzibilă, chiar dacă rigidă, iar de către alţii cel puţin îndoielnică dacă nu depăşită, *teza imperialismului cultural* (v. Herbert Schiller, *Mass Comunications and American Empire*, 1969) a fost reactivată. Evident, e vorba aici de americanizare; adică de un nou regim colonial care creează prin „invazia electronică" un sistem comercial de difuzare şi impune, prin vec-

torul consumismului, odată cu internaționalizarea bazei economice o nouă dependență. Procesul se desfășoară alert pe fundalul globalizării comunicării. America încercând o profilaxie la scară mondială profitând copios de colapsul comunismului. Dincolo de motivațiile consumiste, ipoteza „americanizării", secondată de o anemică „disidență" europeană (observa Derrida) este, totuși, discutabilă[1]. Se impune, întâi, corectivul caracterului *transnațional* al marilor corporații, subminând hegemonia americană. Apoi, nici ideea integrității (purității) culturale nu stă în picioare. Mai degrabă receptarea devine azi un „proces hermeneutic de apropiere", crede John B. Thompson (5, p. 164), impu-

[1] Încercând să tempereze fobia antiamericană, Jean-François Revel (v. *L'obssesion anti-américaine*, Ed. *Plon*, 2002) propune o convingătoare pledoarie pentru întrepătrunderea culturilor și, pe acest temei, a progresului diversității culturale, războindu-se cu teza lui Jacques Chirac după care mondializarea ar fi „laminorul culturilor". „Izolarea produce sterilitate", afirmă răspicat eseistul (*vol.cit.*, p. 185) deplângând „ciondăneala confuză" în care a fost scufundată tema în numele unui *naționalism cultural*, atins de obsesia stingerii diversității. Îndemnând, chipurile, la baricadare și uitând că doar fecundarea mutuală a culturilor asigură reînnoirea lor și împiedică, astfel, *extincția*. Mai mult, excepțarea culturală (franceză) nu-și are rostul, spunea Jean-Marie Messier; și dacă patronul de la *Vivendi Universal*, citat cu plăcere, părea convins că „specificul cultural francez a murit", nici analiștii de la *Wall Street Journal* nu gândeau altfel de vreme ce notau încântați că excepțarea „e condamnată la eșec". În acest context, Jean-François Revel ironizează îndemnul la rezistență și pretinsul rol francez (predestinat) de „mediator universal", considerând că invazia anglicismelor nu depășește rezonabilul prag de „folosire utilitară". Într-adevăr, cultura nu ține cont de frontierele naționale. Dar nu cumva americanii revendică rolul de *global players*? Dimpotrivă, ar zice Samantha Power (v. *A problem from Hell. America and the Age of Genocide*, 2002), supărată că America „închide ochii" în fața acestor pasiuni tribaliste, cultivând inacțiunea, indiferența, expectativa; căzând, adică, într-o „nepăsare vinovată". Așa să fie oare?

nând negocierea conținutului simbolic și, implicit, hibridarea culturilor printr-o adaptare (conflictuală) și interdependență crescândă. Nu putem nega inegalitățile de acces, înțelegere, utilizare și, îndeosebi, faptul că „apropierea" produselor media, chiar purtătoare a unor conținuturi simbolice globalizate suportă, contextual și hermeneutic, pecetea localului. Se refuză, astfel, sensul unidirecțional? Ca *fenomen localizat* (5, p. 166), activând resursele simbolice, recepția sfidează — prin transconsumerism — frontierele și alterează sentimentul de apartenență. Dar disponibilitatea produselor și a receptorilor favorizează chiar o socialitate mediată (5, p. 38), impunând o *cunoaștere nonlocală. Omul local* trăiește racordat la pulsul Planetei. Și, din păcate, nu se poate sustrage dependenței față de sistemul occidental de producere și promovare a bunurilor, cunoscând un expansionism fără precedent. Încât asistăm, se vede bine, la o difuzare globalizată și o apropiere localizată (5, p. 167), noi fiind purtătorii unei Americi „interioare" (R. Debray).

Dacă, alături de Zinoviev, vom spune că orice cultură este un „mijloc de fixare a ideologiei" (1, p. 327), critica față de această insidioasă cultură media care „pătrunde" în noi prin ochi (Ignacio Ramonet) făcând din Planetă o piață este vital necesară. Exportul triumfalist al modului de viață american, fie și de suprafață, vehiculând „formule frivole" înseamnă, negreșit, standardizare. Ceea ce implică distrugerea localismelor prin deculturalizare în condițiile unei public anesteziat, deloc sensibil la virulența rechizitoriului adresat infiltrațiilor culturii „yankee". „Încorporarea" materialelor simbolice *globalizate* prin hipnoza media a devenit o obișnuință; iar *fundamentalismul de piață* (G. Soros) a mercantilizat cultura, consfințind „era standardizării". Fiindcă globalizarea, se știe, nu se împacă deloc cu diversitatea.

Confruntată, la rându-i, cu o violentă *repolarizare*, America — ajunsă un „stat al bunăstării" — inițiază o explozie culturală, condimentând „calitatea vieții". Unii

denunță falsitatea ei. Alții atrag atenția că disjuncția cultura pentru mase / pentru clase (neo-elitism) înseamnă pervertirea gustului, tras în jos în „era mediatică". Că industria culturală încurajează pasivismul. Un A. Toffler cere, somativ, Europei să-și revizuiască clișeele (6). Fiind o societate prosperă, America face din cultură „o problemă absolut cotidiană". Noul public, având bani, timp liber, educație este vădit interesat de metabolizarea culturală iar New-York-ul a devenit „capitala mondială a artelor"! În fine, nu lipsesc voci care deconspiră „legea gemului de zmeură" (vis-à-vis de consumul cultural): cu cât se răspândește mai mult, cu atât se subțiază! Într-un articol publicat în săptămânalul londonez *Tribune* (octombrie, 1945), George Orwell, cel care a folosit primul termenul „războiul rece" observa că „centrele de putere se împuținează". Și dacă aproape cinci decenii lumea a trăit în bipolaritate, azi America nu are rival. Totuși, *cine comandă în lume?*

Iată o avalanșă de probleme, convergând unor chinuitoare întrebări: a bătut ora (planetară) a Americii? Actuala demonstrație de forță înseamnă și supremație culturală? „Americanizarea" globului este un proces ireversibil? Aproape că îi dăm dreptate lui Shimon Perez care, într-un interviu, mărturisea că nu îi este frică de arabi ci, mai ales, de antenele parabolice (americane). Marginalizarea unor popoare (prin colonizare culturală), masificarea insului („înghițit", pierdut, standardizat, împins spre un divertisment epidermic, golit de meditație) sunt consecințe probabile. Își asumă America acest rol? Poate duce această povară? Nu va sfârși sufocată de proliferarea haotică a propriilor mijloace, trezind tardiva revoltă a „Restului"? Cine nu cade în „capcana" timpului scurt, cine judecă braudelian la scara istoriei (oferind bieților pământeni atâtea lecții inutile) va fi de acord că supremația Americii (care abia a început) nu poate dura la nesfârșit. Nu ne consolează gândul că nu vom fi martorii acestui gest sinucigaș. America, din păcate, este

prima (și, probabil, ultima) putere planetară. Iar consecințele destrămării „visului american" nu pot fi locale.

NOTE:

1. Alexandr Zinoviev, *Occidentul — fenomenul occidentalismului*, Ed. *Vremea*, București, 2002; traducere de Nadejda Stahovschi.
2. Emmanuel Todd, *Après l'empire. Essai sur la decomposition du système américain*, Ed. *Gallimard*, 2002.
3. René Guénon, *Criza lumii moderne*, Ed. *Humanitas*, București, 1993.
4. Andrei Marga, *Filosofia unificării europene*, Biblioteca *Apostrof*, Cluj, 1995.
5. John B. Thompson, *Media și modernitatea*, (O teorie socială a mass-media), Ed. *Antet*, f.a.; traducător Miruna Tătaru-Cazaban.
6. Alvin Toffler, *Consumatorii de cultură*, Ed. *Antet*, 1997; traducere: Mihnea Columbeanu.

CULTURA MEDIA — O SUBCULTURĂ?
(Câteva întrebări)

„Sociologii trebuie să se scoale devreme"
(A. Touraine)

Dacă torționarismul ideologic rămâne, sperăm, doar o neagră amintire, nu trebuie să uităm că ideologia nu poate fi redusă, propagandistic, la dominația de clasă, „decodificând" relațiile de putere, iar fenomenul media, colonizând timpul liber și invitând la o „lectură" a efectelor de manipulare nu poate fi desprins, se știe, de relațiile de putere. Încât, până la urmă, în pofida aparențelor seducătoare (pornind de la comercializarea vieții, a erotizării universului publicitar și a triumfului utilitarismului hedonist) ascultând de „sirenele" consumerismului, o viziune adecvată asupra câmpului cultural nu trebuie să ignore polaritatea dominație / rezistență și, cu atât mai puțin, să refuze „lectura" lui politică. Astăzi, observa Pascal Bruckner (1, p. 146), prosperitatea a devenit propriul său idol, înmulțind exponențial și artificial nevoile și sărăcind viața. „Progresele supunerii" (René Riesel) privesc această servitute voluntară, făcând din *piață* „o patrie comună" (1, p. 126), vizând, sub steagul prosperității, dezirabilitatea obiectelor și slăbind legăturile comunitare. Cei care, de pe baricadele „desacralizării" capitalismului au denunțat această ideologie mercantilă („funcționând" ca pulsiune sexuală), instaurând — prin libido-ul public — tiranica domnie a plăcerii au sesizat că e vorba de o gigantică manipulare. Tripleta excitare – inovare – mimetism, prin jocul seducției, oferă „noilor hipnotizatori" posibilitatea de „a ne coloniza pe furiș" (1, p. 62). O propagandă silențioasă, așadar, subjugând inconștientul colectiv, făcând din posesie crezul contemporaneității. Nu e cazul de

a reanima ethosul egalitarist de sorginte marxistă, dar nici nu putem ignora asimetriile lumii de azi. Mai mult, am putea spune, alături de același Pascal Bruckner, că „nu trăim cu toții în aceeași epocă" (1, p. 164). Disparitățile, în epoca globalizării, sunt flagrante. Încât riscurile de a instaura *o societate de piață* sunt reale și obligă la o întețire a ceea ce unii au numit *studii culturale*. Ele se vor, evident, sinteze de teorie socială critică. A. Mathelard și E. Neveu înțelegeau prin *cultural studies* o „nouă geografie academică planetară". Dincolo însă de eclectismul metodologic (îmbrățișând un corp de teorii de o varietate deconcertantă), dincolo de spațiul academic impus de părinții fondatori (să nu uităm, totuși, influența lui Gramsci, a tezelor Școlii de la Frankfurt) rămâne constatarea lui C. Barker că astfel de producții teoretice devin o practică politică. Și că aceste *cultural studies* nu sunt doar o convenabilă etichetă pentru o varietate de abordări, mulțumindu-se cu o virulentă critică de diagnostic. Douglas Kellner (2) și atâția alții au văzut în studiile culturale o armă a criticii sociale. Caracterul lor contextual solicită articularea unei terorii sociale, cercetând modul în care media și cultura pot fi transformate în instrumente ale schimbării sociale. În pofida actualei dezorientări, nebeneficiind de „conținuturi și terminologii unificate", aceste studii, investigând toate formele de producție culturală (instituții și practici comunicative) trebuie să protejeze și să promoveze *dimensiunea critică*, punând explicit în discuție problema puterii, a politicilor culturale și a nevoii de schimbare socială.

Ce s-ar putea însă schimba în lumea de azi? O lume care, am văzut, împinge sexualizarea publicitară în vampirizare, care transformă — prin exhibare și erotizare „soft" (J. Baudrillard, Francoise Brune) — persoana în obiect și extinde, insidios și periculos, economia de piață la scara întregii societăți. Asistăm neputincioși la o colonizare planetară. Și dacă teoria societății de masă poate fi respinsă acum cu argumente istorice, iar declinul ideologiilor totalitare e de necontestat, iată, paradoxal, speculând asupra efectelor „narcotizante" ale mass-media, fragmentarizarea, atomiza-

rea, localismul suportă presiunea aplatizantă a unei expansiuni fără precedent. Putem vorbi însă de o cultură-model, cu o misie civilizatoare? Poate fi cultura un bloc omogen, un obiect de dominație? Putem uita de micro-culturi și subculturi, de fenomenele culturale parcelare, identificând strict cultura cu producția elitistă? În fine, dacă gândirea postmodernă a abandonat adevărurile referențiale și a pierdut credința în progres, refuzând tendințele „totalizatoare", esențialiste și iubind pulverizarea, mai poate fi vorba de consens? Apoi, a clama obsesiv „distanța culturală", disprețul pentru vulg nu sunt doar presupuneri cu iz ideologizant câtă vreme ruptura dintre cultura „de elită" și produsele mediatice, depreciate (de regulă) dar promovate privilegiat e vizibilă. Poate fi, oare, ne întrebăm, *capitalul cultural* un argument îndestulător pentru a proba apartenența elitistă? Societatea mediatică a schimbat datele problemei. Lumea socială e descrisă și chiar „prescrisă" de TV, arbitrând accesul la existența socială și politică. *A fi* înseamnă a fi în câmpul mediatic sau, mai exact, înseamnă *a fi văzut* (3, p. 11). „Dominația jurnalismului" creează nu doar câmpuri de producție culturală, ci și „constrângeri ascunse", vizând structurile și mecanismele. Încât, monopolul TV influențează și „creatorii de opinie" și, în același timp, manipulează consumatorii de media, spațiul public oferind șansa „marii difuziuni". Creșterea ponderii simbolice a TV urmează, inevitabil, „logica concurenței pentru audimat" (3, p. 6). S-a afirmat chiar că televiziunea periclitează viața politică și democrația, devenind un instrument de oprimare (violență simbolică). În acest context ne putem întreba care este tratamentul mediatic aplicat elitei (elitelor). Va trebui să observăm imediat că prezența în acest „subcâmp", filtrând realitatea, este azi chiar testul omologării, în sensul recunoașterii de către consumatorii de media. Autoritatea TV construiește bursa valorilor intelectuale. „Creatoare de putere", cum afirma Pierre Bourdieu, televiziunea instaurează un mecanism de dominație, cu cenzură și structuri invizibile, sfârșind într-un „plebiscit comercial". Concluzia e limpede: „Societatea de televiziune" creează realitatea: ea

impune nu numai cererea ci și false valori, iar selecția operată asigură notorietatea (adică *existența publică*). Această râvnită putere de consacrare conduce, fatalmente, la exhibare narcisistă. Îndreptățit, P. Bourdieu vorbea de „intelectualul de TV" care, doritor de spectacol, contaminat de elită, prin accesul la media vrea să-și demonstreze (legitimeze) apartenența. Colaborarea cu media presupune, din partea elitelor, o sacrificare a standardelor. Ea este, negreșit, o preocupare democratică și trebuie să satisfacă criteriile de accesibilitate. Mai mult, audimatul trăiește sub sancțiunea pietei și elitismul devine, astfel, „impur". Cum instanța ultimă de legitimare devine piața se poate instala o *mentalitate-audimat* (3, p. 29); exhibarea narcisistă e dublată de o propensiune spre conformism politic, iar componenții *elitei mediatice* devin o lume a intercunoașterii, stăpânită de logica auto-consolidării, cum avertiza același Bourdieu (3, p. 33). Iată că puterea mediilor de informare încurajează „arbitrajul mediatic" (3, p. 70) și în chestiunea elitelor, ceea ce impune, dincolo de mize și interese, criterii de evaluare externă. E posibil ca personalitățile recunoscute, posedând „capital specific" să manifeste o înclinație spre rezistență, refuzând magia TV. Dar, de regulă, comportamentul elitelor se mulează pe această seducție, oferind *vizibilitate publică* (și, implicit, recunoaștere). Poate că Bourdieu are dreptate: televiziunea deține acum prea multă putere și s-ar impune conștientizarea mecanismelor care generează abateri de la morală. Imposibil de eradicat, *elitita* exploatează tocmai aceste abateri într-o societate a spectacolului și înțelege că elitele mediatice fac legea, condiția primă fiind, cum spuneam, *vizibilitatea socială*. Sunt oare, neapărat, *elitele mediatice* veritabile elite? Și dacă violența simbolică a jocurilor democratice mizează pe seducție, *donjuanismul politic* (necesar oricui se angajează în viața politică, dorind a cuceri electoratul) face loc unui alt fel de donjuanism, flatând „marele public". Încât, paradoxal, elitismul de altă dată, impunând distanța cerută de excelență, abdică de la „invizibilitate", subordonându-se acum „arbitrajului" TV. Care, se spune (și nu fără temei), încurajează masiv *deculturalizarea*, îndeosebi prin *modelele*

de identitate vehiculate. Nu e un secret că această cultură media rămâne o sursă de mode şi modele culturale (2, p. 314) jucând azi un rol major în construirea identităţii. Să ne amintim de revolta contraculturală a anilor '60, de nonconformismul afişat şi atitudinea subversivă, întreţinând un lung conflict, reluat de generaţiile care vin din urmă. Iar implicarea criticii în pedagogia media e cu atât mai necesară acum când societăţile moderne (postmoderne) sunt, prin excelenţă, mediatice. Deoarece conexiunile interdiscursive, în spirală expansionistă, s-au multiplicat iar configuraţiile socio-culturale, implicând mediul receptării dar şi ritmurile alerte de consum sunt în necurmată prefacere, conceptele de altădată (macroconceptul de *clasă*, de pildă) par a deveni — ne avertizează analiştii — inoperante; ca şi iluzoria „independenţă" a publicurilor (vezi John Fiske), studiile culturale promovând, prin noile problematici, identităţi diferenţiate (diviziuni sociale, rasă, gender etc). Oricum, e limpede că fenomenul cultural rămâne un tensionat şi disputat câmp de luptă pentru dominaţia ideologică. Cultura nu există în afara raporturilor de putere, ecuaţia presupunând polarizarea agenţilor în taberele tradiţionale: hegemonie şi rezistenţă. Pentru un C. Barker, în descendenţă marxistă, *cultura este ideologică*. Şi dacă interferenţa practicilor culturale cu relaţiile de putere (T. Bennett, 1992) nu poate fi escamotată, să mai observăm că prin dimensiunea lor explicit politică se „naturalizează" ordinea socială. Este limpede că aşa-zisa neutralitate a valorilor consensuale maschează interesele grupurilor dominante; dar e vorba aici de asumare, nu de coerciţie. E drept, interesele selective apar şi se impun ca generale, reproducând inegalităţile puterii sociale. Cum spuneam, hegemonia se naturalizează (J. Hartley), intră în ordinea firescului iar rolul media, ca „practică semnificatoare" serveşte eficient acest proces. Mass-media, spunea Stuart Hall (1982), *definesc, nu reproduc realitatea*. Teoriile hegemonice se strecoară insidios în conţinuturile distribuite prin mass-media penetrând ţesutul social dar asimilarea valorilor dominante, prin conjuncturile receptării e gardată de „rezistenţă" şi conduce la proliferarea *discursurilor critice*. Din fericire, vechiul speculativism filosofard face loc cercetărilor sociologice, inventariind — în ramă contextuală — „capcanele" hegemonice ale fluxurilor culturale, sistemele de semnificare ale subculturilor cu mesaj contestatar, virilitatea contraculturilor (de regulă, politizate), în fine, consumul cultural generalizat. Poate fi vorba, ne întrebăm, de o rezistenţă în faţa industriilor culturale, întreţinând o înaltă presiune hegemonică? Sau de apariţia mass-media alternative, contra-hegemonice? Oricum, centralitatea discursului mediatic în societatea contemporană atenţionează asupra uriaşei responsabilităţi sociale. Cultura media, abdicând de la standardele culturii înalte pare a fi un trafic cu sens unic, obligând la o absorbţie pasivă, stimulând egoismul şi conformismul pe fundalul zgomotului informaţional el epocii. „Prizonieratul" media, transformându-ne în *consumatori* (masă amorfă), atenuează pretinsul rol de negociatori; deşi reacţiile subculturale (activităţi, stiluri, ritualuri), îmbrăţişând chiar un aspect spectacular în interiorul culturii-mamă provoacă relaţii conflictuale în adjudecarea spaţiului cultural (prin impunerea identităţilor subculturale). Să observăm însă că aceste relaţii de rivalitate sunt şi inegale, încât controlul asupra câmpului cultural (având în *media* o forţă de mediere) priveşte în mai mică măsură suportul axiologic. Fără riscul de a greşi putem afirma, în chip concluziv, că aceste răspunsuri simbolice concurenţiale întăresc o veche şi alarmantă constatare: *cultura media* rămâne o cultură medie, o sub-cultură, de fapt, adevărata cultură de masă a epocii noastre. Epocă, să nu uităm, care o universalizează în cadrele apocalipsei masificării prin industrializarea produsului cultural şi generalizarea consumului (prin abundenţă şi accesibilitate).

Iată, aşadar, că proiectul unei noi civilizaţii, depăşind „senilizarea societăţii industriale" (4, p. 32) se dovedeşte traumatizant. Alienarea prin consum, vizând „luarea în posesie totală a fiecărui individ" nu e o jonglerie ideologică: o mitologie simplistă (conducând la re-infantilizarea publicurilor) câştigă teren anunţând ivirea unui „totalitarism perfid" (Zinoviev). Sau a unui *super-colonialism* în care

civilizaţia surclasează cultura, având în *mass-culture* un agent de o agresivitate infailibilă. Divertismentul, repetăm, e chiar supra-ideologia vremurilor noastre. Iar invazia produselor populare, ţinând de o ideologie implantată, nivelatoare, consumeristă stârneşte îngrijorare. Voci alarmate denunţă, în acest comerţ electronic global riscul pierderii identităţii în jocul mondial dar şi „prăpastia digitală", ignorată cu seninătate de „poeţii globalismului" (A. Toffler). Indiscutabil, interesul pentru „depresiunea viitorului" nu poate fi mimat iresponsabil; iar egoismul „de generaţie" se cuvine eliminat. Fiindcă starea de *eco-spasm* este mult mai mult decât o problemă economică (4, p. 84); ea anunţă nu doar prăbuşirea civilizaţiei industriale ci chiar probabilitatea încheierii aventurii umane. Sub stindardul *revoluţiei consumeriste*, corul globalizant ne sugerează că această *cultură media* este, fatalmente, „destinul şi ambientul nostru". Dar *reorientarea senzorială* pe care o profeţea un McLuhan (1962), apostolul erei electronice, fluturând metafora satului planetar ascunde uriaşe riscuri. Fiindcă *noul tribalism*, manifest într-o lume „mai mică", agravându-şi asimetriile, de o formidabilă mobilitate, impunând o altă percepţie spaţio-temporală este un *tribalism anomic*. Iar generalizarea unor stiluri de viaţă şi modele culturale având ca vehicul (tăvălug nivelator) tocmai stigmatizata cultură media sărăceşte lumea prin uniformizare. Ne putem împotrivi reţelelor globale de producţie, de consum şi de comunicare?

La această avalanşă de întrebări, abia schiţate, nu soluţiile trecutului sunt răspunsurile aşteptate. Trebuie, în primul rând, acţionat pentru a ne smulge din plasa confuziilor în care e prinsă *realitatea vizibilă*. Sociologii au tras, repetat, semnale de alarmă; fiindcă ei, vorba lui Alain Touraine, „trebuie să se scoale devreme". Oricum, mai devreme decât alţii. Dar asta nu ajunge.

*

Ultimul secol a impus conceptul sociologic de *masă* oferindu-i „vizibilitate" istorică. El, bucurându-se de o

spectaculoasă carieră, are — din unghiul de vedere care ne preocupă aici — un numitor comun: *consumul*. Ca şi conglomerat amorf, favorizând tocmai indistincţia indivizilor, termenul în discuţie se defineşte prin eterogenitate evidenţiind realitatea societăţii de masă (chiar dacă, prin reţelele comunitare, societatea postmodernă pare a se de-masifica). În consecinţă, declinul comunităţilor organice a impus apariţia culturii de masă. Sub aparenţa unui peisaj cultural omogen descoperim cu uşurinţă multiplicarea sub-culturilor, diferite categorii sociale împărţindu-şi câmpurile culturale.

Aşa fiind, ne putem întreba dacă „spiritul mass-media" este compatibil cu însăşi cultura. Antagonismul dintre cultură şi televizor a fost denunţat demult (şi de mulţi!), P. Bourdieu lansând chiar sarcastica formulă de tele-intelectuali! Oricum, raţionamentul de uz obştesc incriminează mesajul mediatic ca fiind uniformizant, flatând gustul jos câtă vreme cultura, dimpotrivă, e centrată pe individ şi vizează densificarea lui axiologică. Or, supravalorizarea divertismentului având drept „argument" motivaţia consumistă (acel „spontaneism populist") conduce la intensificarea jocului concurenţial. Implicit la redefinirea TV publice, prinsă în plasa unor căutări haotice, întreţinând confuzia şi ignorând cercetările sociologice, iar studiile de audienţă infirmă că divertismentul ar reduce nevoia de informaţie sau că emisiunile culturale pretind un public special, neapărat elitar.

Realitatea ne dovedeşte că acest public se recrutează din toate straturile sociale. Oricum, începând cu anii '80 piaţa televizuală impune un nou stil comunicaţional. O etapizare propusă de Ioan Drăgan evidenţia că după modelul paternalist al anilor '50 (ţinând acum de „paleo-TV"), favorizând „cultura dependenţei" şi faza TV ca serviciu public (invocând echidistanţa, independenţa, pluralismul, echilibrul), modelul consumist-publicitar, agresiv impus de televiziunile private ascultă doar de logica audimatului şi îşi propune maximizarea audienţei. Acest model, generalizat cu repeziciune, preluat fără discernământ defineşte tocmai „noul stil".

Evident că ceea ce numim cultură mediatică se pliază noului stil comunicaţional. Cultura de masă scapă de „poliţia" gustului şi disprețul umanist al *inteligheţiei* care deploră invazia nu este un răspuns eficient. Aristocratismul şi filistinismul „cultivaţilor" nu vor stăvili această ofertă (izbitor subculturală!), inevitabil eclectică, cosmopolită prin vocaţie şi planetară prin extindere. „Rezistenţa" clasei intelectuale este o palidă replică iar îmbibarea societăţii postmoderne cu această *mass-culture* zdruncină autoritatea tradiţiei şi ne transformă în sclavii futilităţilor, cultivând cu frenezie actualul şi superficialul. Cultura de masă, observa cu decenii în urmă E. Morin, este în imersiune istorică şi sociologică. Ea, dovedind o vulgaritate însetată doreşte recunoaşterea, validarea unui *standing* şi se bucură de toate achiziţiile tehnologice, fiind — din acest punct de vedere — evolutivă. Cultura de masă penetrează toate ţesuturile organismului social şi spulberă orice graniţă; nu mai putem vorbim de o discontinuitate între artă şi viaţă, afirma Clement Greenberg.

Cum spuneam, Televiziunea — ca partea cea mai reprezentativă a postmodernităţii — este şi cea mai vinovată de calitatea ofertei mediatice. *Cultura televizată*, în goana după audienţă sfidează protecţia educaţională. Cei „4S" (sânge, sex, senzaţional, spectacular), sfârşind în derive porno şi violenţă inflaţionară n-au trezit (încă) reacţiile societăţii civile. Firește, nu ne referim la cele în plan legislativ (sancţiuni administrative). Societatea, se pare, e nepregătită, incapabilă să se protejeze, câtă vreme lipsesc tocmai reacţiile socio-culturale, garantând legitimitatea publică. Iar opiniile, se ştie, sunt împărţite; unii cred că prin acest teleconsum cultural efectul cathartic e real, asigurând terapia frustrărilor individului. Alţii, dimpotrivă, trag un (tardiv?) semnal de alarmă evidenţiind efectul stimulativ prin amplificarea violenţei reale. Dincolo de controversele de bibliotecă, ne izbim de consecinţele reale: explozia delincvenţei, invazia simulacrelor, a pseudoculturii şi pericolul ca televiziunea — observa tot I. Drăgan — să ne livreze o *realitate prescrisă*. „Masa planetară" (cum se exprima E. Morin în *L'esprit du temps*, 1962) este dincoace de bunăstare iar inegalitatea dez-

voltării se agravează, insinuând o „tensiune preapocaliptică". Şi dacă un J. Baudrillard, sesizând procesul de „derealizare" (falsificând realul) incrimina forţa manipulatorie şi asaltul incertitudinilor, alţii (precum Pierre Levy) resping catastrofismul profeţit de astfel de scenarii şi văd în gândirea virtuală doar o banală continuare a hominizării, *cosmopitecul* survolând alte spaţii.

Departe de astfel de prognoze, apocaliptice sau euforice, ancorând discuţia în prezent se cuvine să observăm câteva tendinţe reale:

- *Apariţia imperiilor mediatice*. E vorba de firmele multinaţionale, în goană după profit, confirmând accentuarea inegalităţilor globalizării informaţiei şi a comunicării.
- *Extinderea „Jurnalismului de piaţă"* (Serge Malini), ceea ce presupune o coborâre a standardelor, odată cu obsesiva preocupare pentru senzaţional şi accesibil.
- *Exportul unui mod de viaţă* (cel american) sub alibiul unei raţionalităţi tehnice. Această hegemonie este precară culturalicește. Or, cultura mass-media, prin vectorul americanizării Planetei are tocmai extensie planetară, „Cultura Coca-Cola" seducând mulţimile şi trezind îngrijorarea culturilor mici prin acest „tăvălug" uniformizant. Globalizarea *exclude* închiderile culturale şi economice. Teama culturilor mici nu e o invenţie; riscăm ca în locul unei civilizaţii a diversităţii să ne instalăm într-o unică civilizaţie a divertismentului.

NOTE:

1. Pascal Bruckner, *Mizeria prosperităţii*, Ed. *Trei*, 2002; traducere din limba franceză de Vasile Zincenco.
2. Douglas Kellner, *Cultura media*, Institutul European, 2001; traducere de Teodora Ghivirigă şi Liliana Scărlătescu.
3. Pierre Bourdieu, *Despre televiziune urmat de Dominaţia Jurnalismului*, Ed. *Meridiane*, 1998.
4. Alvin Toffler, *Raport despre Eco-spasm*, Ed. *Antet*, 1996; traducere: Mihnea Columbeanu.

LIBRĂRII în care puteți găsi cărțile colecției *Sinteze*

ARAD
Librăria *Corina*, str. Mihai Eminescu nr. 2, tel. 0257/284749

BACĂU
Librăria *Glissando*, Bd. Nicolae Bălcescu nr. 8, tel. 0234/586677

BRAȘOV
Librăria *Șt. O. Iosif*, str. Mureșenilor nr.14, tel. 0268/477799

BUCUREȘTI
Librăria *NOI*, BD. N. Bălcescu nr. 18, tel. 021/3102528
Librăria *Mihai Eminescu*, Bd. Regina Elisabeta nr. 5, tel. 021/3158761
Librăria *Academiei*, Calea Victoriei nr. 12 A, tel 021/3138588
Librăria *Luceafărul*, Bd. Unirii nr. 10, tel. 021/3130075
Librăria *Minerva*, Calea Victoriei nr. 126, tel. 021/3154777

BUZĂU
Librăria *Faust*, str. Cuza Vodă nr. 68, tel. 0238/446885

CLUJ
Librăria *Orfeu*, Piața Unirii nr. 10, tel. 0264/595339

CONSTANȚA
Librăria *Sophia*, str. Dragoș Vodă nr. 13, tel. 024 1/616365

CRAIOVA
Librăria *Thalia*, Teatrul Național Craiova, tel. 0251/415782

DEVA
Librăria *Prescom Divers*, str. Ana Ipătescu nr. 11, tel. 0254/213782

GALAȚI
Librăria *Costache Negri*, str. Domnească nr. 27, tel 0236/472927

TG. JIU
Librăria *Mihai Eminescu*, str. Tudor Vladimirescu nr. 40, tel. 0253/214910

IAȘI
Librăria *Casa Cărții*, Bd. Ștefan cel Mare nr 56, tel. 0232/270479
Librăria *Junimea*, Piața Unirii nr. 4, tel. 0232/412712
Librăria *Academiei*, Bd. Carol I nr. 8, tel. 0232/218297
Librăria *Cubul de sticlă*, Bd. Carol I nr. 3-5, tel. 0232/215683

ORADEA
Librăria *Mihai Eminescu*, str. Meșteșugarilor nr. 73, tel. 0253/431924

RÂMNICU-VÂLCEA
Librăria *Aldan*, Mag. Cozia, Calea lui Traian nr. 2, tel. 0250/743263

SATU-MARE
Librăria *Mihai Eminescu*, str. Țibleșului nr. 1, tel. 0261/717503

SIBIU
Librăria *Polsib*, Șos. Alba Iulia nr. 40, tel. 0269/210058

SUCEAVA
Librăria *Casa Cărții*, str. N. Bălcescu nr. 8, tel. 0230/530337

TG. MUREȘ
Librăria *Luceafărul*, str. Trandafirilor nr. 43, tel 0265/250581
Librăria *Romulus Guga*, str. Trandafirilor nr. 23, tel. 0265/261739

TIMIȘOARA
Librăria *Mihai Eminescu*, str. Măceșilor nr. 1, tel. 0256/494123
Librăria *Esotera*, str. Lucian Blaga nr. 10, tel. 0256/431340

Redactor: Gheorghe Drăgan
Tehnoredactor: Cristina Aiftimie
Bun de tipar: 2003 • Apărut: 2003 • Format 1/16 (54 × 84)
INSTITUTUL EUROPEAN • Iași, str. Cronicar Mustea nr. 17
C.P. 161 • cod 700198 • Tel. Difuzare: 0788.319462
Fax: 0232/230197 • euroedit@hotmail.com
http: //www.euroinst.ro
Tiparul executat la SC *Euronovis* SRL

CLUBUL DE CARTE
INSTITUTUL EUROPEAN

Stimate Cititor,

Institutul European Iași vine în sprijinul dumneavoastră ajutîndu-vă să economisiți timp și bani.

Titlurile dorite – unele căutate îndelung prin librării – pot fi comandate acum direct de la *Editură*!

Consultați oferta! Completați apoi talonul de comandă (carte poștală) din subsolul paginii. Nu uitați să înscrieți, cu atenție, titlul și numărul de exemplare solicitate.

Plata se va face ramburs (la primirea coletului poștal), taxele poștale fiind suportate de editură.

Și pentru că dumneavoastră apreciați cărțile noastre, meritați din plin să faceți parte din **Clubul de carte Institutul European**, beneficiind totodată de reduceri semnificative de preț.

Astfel:
- pentru 2 cărți comandate reducerea este de 10 %;
- pentru 3 cărți comandate reducerea este de 15 %;
- pentru 4 cărți comandate reducerea este de 20 %;
- pentru 5 cărți comandate reducerea este de 25 %;
- peste 10 cărți comandate reducerea devine 30 %.

Colecția Sinteze

- *Aventura gîndirii europene*, Jaqueline Russ, 328 p., 162.000 lei
- *Capitalismul* -vol.1, Jean Baechler, 376 p., 150.000 lei
- *Cetăți medievale românești*, Alexandru Husar, 280 p., 131.000 lei
- *Cultură, identitate și politică*, Ernest Gellner, 280 p., 85.000 lei
- *Cultura media*, Douglas Kellner, 405 p., 167.000 lei
- *Cultură și societate*, Jeffrey C. Alexander, Steven Seidman, 352 p., 180.000 lei
- *Din țara făgăduinței*, Dumitru Dorobăț, 310 p., 45.000 lei
- *Epoca maselor*, Serge Moscovici, 384 p., 140.000 lei
- *Era individului*, Alain Renaut, 370 p., 58.000 lei
- *Etnoestetica*, Petru Ursache, 304 p., 26.000 lei
- *Intelectualii în Europa secolului al-XIX-lea*, Cristophe Charle, 316 p., 250.000 lei

Numele .....
Cod numeric personal .....
Strada .....
Bl. .....Sc..... Et..... Ap.....
Județ (Sector) ..... Cod.....
Localitatea ..... Tel. .....

CARTE POȘTALĂ
Destinatar:
EDITURA
Institutul European
CP 161, Cod 6600, Iași

Nu timbrați

Depuneți cartea poștală, completată, în cea mai apropiată cutie poștală!

- *Introducere în sociologia religiilor*, Max Weber, 344 p., 105.000 lei
- *Istoria Balcanilor* – vol. 1 (sec.XVII-XIX), Barbara Jelavich, 356 p., 170.000 lei
- *Istoria Balcanilor* – vol. 2 (sec. XX), Barbara Jelavich, 432 p., 200.000 lei
- *Istoria civilizației britanice* - vol. 1, Adrian Nicolescu, 576 p., 150.000 lei
- *Istoria civilizației britanice* - vol. 2, Adrian Nicolescu, 328 p., 130.000 lei
- *Istoria Europei* – vol. 1 (sec. I-V), Serge Berstein, Pierre Milza, 372 p., 110.000 lei
- *Istoria Europei* – vol. 2 (sec. V-XIV), S. Berstein, P. Milza, 270 p., 75.000 lei
- *Istoria Europei* – vol. 3 (sec. XIV-1851), S. Berstein, P. Milza, 416 p., 120.000 lei
- *Istoria Europei* – vol. 4 (1815-1919), S. Berstein, P. Milza, 366 p., 105.000 lei
- *Istoria Europei* – vol. 5 (1919-azi), S. Berstein, P. Milza, 478 p., 140.000 lei
- *Istoria Franței*, i Francois Lebrun, Jean Carpentier, 350 p., 230.000 lei
- *Istoria sociologiei*, Charles-Henry Cuin, Francois Gresle, 328 p., 150.000 lei
- *O scurtă istorie a Germaniei*, Mary Fulbrook, 360 p., 170.000 lei
- *O istorie a Rusiei*, Nicholas Riasanovsky, 704 p., 550.000 lei
- *Orizont închis*, Al. Zub, 200 p., 70.000 lei
- *Putere și destin.Destinele conducătorilor Kremlinului, de la fondarea lui, pînă în zilele noastre*, Sol Shulman, 360 p., 188.000 lei
- *Rațiune și cultură*, Ernest Gellner, 260 p., 91.000 lei
- *Simțul practic*, Pierre Bourdieu, 504 p., 230.000 lei
- *Socialismul*, Katherine Verdery, 400 p., 230.000 lei
- *Sociologia banilor*, Nigel Dodd, 344 p., 168.000 lei
- *Stofa diavolului*, Michel Pastoureau, 120 p., 24.000 lei
- *Universul psihic*, Ștefan Lupașcu, 250 p., 80.000 lei

TITLUL	Nr. ex.
1	.....
2	.....
3	.....
4	.....
5	.....
6	.....
7	.....

B.C.U. „M. EMINESCU" IAȘI